

Spis działów

01. WIZERUNEK SPÓŁKI

- » Filozofia wizerunku
- » Założenia kolorystyczne
- » Barwa Podstawowa Ultramaryna
- » Barwa Podstawowa Cyjanowy
- » Paleta Barw Aquanet Ekologia
- » Paleta Barw Aquanet działalność prospołeczna
- » Paleta Barw Aquanet relacje z Klientem
- » Ogólna kolorystyka tekstów i tła
- » Pasek barwny
- » Pasek barwny w układzie kompozycyjnym
- » Typografia

02. LOGO

- » Wersja podstawowa
- » Znak firmowy i symbol rejestracji
- » Kolorystyka logo: ultramaryna
- » Kolorystyka logo: cyjan
- » Wersje kolorystyczne
- » Wielkości minimalne
- » Pole ochronne
- » Logo - orientacja pionowa
- » Logo w układzie kompozycyjnym
- » Niedopuszczalne wersje logo
- » Logo - z hasłem „w trosce o pokolenia”
- » Znak firmowy Q wersja podstawowa
- » Znak firmowy Q kolorystyka cyjanowy
- » Znak firmowy Q wersje kolorystyczne
- » Znak firmowy Q wielkości minimalne
- » Znak firmowy Q kolory tła
- » Znak firmowy Q pole ochronne
- » Znak firmowy Q układ kompozycyjny
- » Niedopuszczalne wersje znaku firmowego Q
- » Znak firmowy Q gadżety

03. DRUKI FIRMOWE

- » Wizytówki
- » Papier listowy
- » Papier fakturowy
- » Koperta C4
- » Koperta C5
- » Koperta C6
- » Koperta DL
- » Etykiety

04. INNE MATERIAŁY FIRMOWE

- » Legitymacje pracownicze
- » Przepustki
- » Identyfikatory
- » Przepustki tymczasowe
- » Pieczętki
- » Ubrania robocze
- » Teczki obiegowki
- » Slajdy prezentacji
- » Identyfikacja prac serwisowych
- » Samochody

05. MATERIAŁY PROMOCYJNE

- » Zdjęcia w układzie kompozycyjnym
- » Billboard
- » Plakat
- » Okładki folderów
- » Ogłoszenia prasowe
- » Teczka
- » Teczka biznesowa
- » Banery i flagi masztowe
- » Przykładowe gadżety

06. FOLDERY

- » Kolorystyka
- » Folder A4 okładka
- » Folder A4 krój pisma - okładka
- » Folder A4 krój pisma - strony wewnętrzne
- » Folder A5 okładka
- » Folder A5 krój pisma - okładka
- » Folder A5 krój pisma - strony wewnętrzne

07. AKCJA EDUKACYJNA PLUSK

- » Emblemata Akcji Edukacyjnej PLUSK
- » Gadżety Akcji Edukacyjnej PLUSK

08. ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE W SPÓŁCE

- » Znaczenie kolorów
- » Pylony
- » Pylony informacyjne
- » Pylon z wyświetlaczem
- » Drogowskaz
- » Tabliczki budynkowe na duże obiekty
- » Tabliczki budynkowe na małe obiekty
- » Tabliczki budynkowe, przydrzwiowe
- » Tablica informacyjna, zewnętrzna
- » Tablica inwestycyjna
- » Opłotowanie
- » Tabliczki przydrzwiowe, wewnętrzne
- » Tablica informacyjna wewnętrzna
- » Tabliczki przydrzwiowe, biurowe
- » Schematy technologiczne

09. MATERIAŁY SPÓŁEK ZALEŻNYCH

- » Logo spółek zależnych
- » Materiały spółek zależnych

01 • WIZERUNEK SPÓŁKI

Filozofia wizerunku

Aquanet mieszkańcom Poznania i okolic kojarzy się przede wszystkim z czystą i zdrową wodą. Identyfikowany jest również jako właściciel infrastruktury wodociągowej i kanalizacyjnej oraz inwestor. To jednak tylko ogólny zarys działalności Aquanetu.

Jaki naprawdę jest Aquanet?

Przede wszystkim, to grupa ludzi, dla których codzienna praca jest nie tylko obowiązkiem, ale też pasją. Dlatego często, oprócz oczywistych obowiązków, spółka podejmuje również inicjatywy na szczeblu społeczności lokalnych. Chętnie angażuje się w akcje o charakterze rekreacyjnym i edukacyjnym, występując na nich w charakterze organizatora czy uczestnika.

Oczywiste jest również, że niezwykle ważne są dla Aquanetu zagadnienia ekologii i ochrony środowiska naturalnego. Wdraża projekty, które pomagają chronić ziemię. Ekologiczna świadomość Aquanetu jest na bardzo wysokim poziomie.

Jak jednak poinformować o działalności spółki wszystkich tych, którzy postrzegają ją tylko jako dostawcę wody? Jak przedstawić Aquanet prosto, przyjaźnie, zrozumiale i symbolicznie? Jak wizualnie zaistnieć i stworzyć rozpoznawalną markę?

KOLOROWO! To idealny przekaz, który zrozumiały będzie dla każdej grupy odbiorców. Kolory stanowią silny bodziec, który trwale wpisuje się w ludzką świadomość. Odpowiednio dobrane, zawsze są zauważalne. Pobudzają wyobraźnię, przypominają o wielowymiarowości działalności spółki.

Niniejsze opracowanie wizerunku marki Aquanet nie stanowi zbioru nakazów i zakazów. To zestaw recept, odpowiedzi i wskazówek zachęcających do tego, by świadomie budować wizerunek firmy. To swoisty przewodnik, pozwalający na wpisanie marki w wyżej wymienione założenia. To również kompendium wiedzy i informacji, które nie pozwolą zapomnieć o tym, na ilu ważnych płaszczyznach działa Aquanet i jak bardzo potrzebny jest mieszkańcom Poznania i okolic.

KONTAKT

Dział Marketingu
ul. Dolna Wilda 126
61-492 Poznań

tel. 061 8359 351
tel. 061 8359 346

marketing@aquanet.pl

Założenia kolorystyczne

KONCEPCJA KOLORÓW

Poszczególnym sektorom działalności spółki, w zależności od wartości, które reprezentują, przypisane zostały odpowiednie kolory. Idea ta oddaje filozofię, przesłanie i wartości charakterystyczne dla spółki, oraz symbolicznie podkreśla bogaty wachlarz oferty Aquanetu.

Zastosowany kod kolorystyczny tworzy harmonijny zestaw, który stał się istotnym wyróżnikiem marki, a jego konsekwentne stosowanie zwiększa jej zapamiętywalność oraz podkreśla oryginalność druków i materiałów reklamowych.

Barwy na stałe wpisane w wizerunek Aquanetu to: granatowy, cyjanowy, zielony, pomarańczowy i żółty.

Każda z barw adekwatnie odpowiada obszarowi działalności spółki, który reprezentuje. Natomiast wspólne zestawienie zdefiniowanych kolorów tworzy harmonijnie skomponowany pasek barwny. Tym samym, stosowany jest on jako stały i charakterystyczny element wyróżniający i łączący wszystkie materiały reklamowe i informacyjne.

Pasek barwny, stosowany na większości materiałów spółki, symbolizuje szeroki zakres jej działalności oraz różnorodność klientów korzystających z usług Aquanetu. Dokładne zasady stosowania paska zostały omówione w dalszej części CI.

Niezależnie od pojawiającego się paska barwnego, we wszystkich materiałach bezwzględnie obowiązkowe jest właściwe umieszczenie logo Aquanet.

ZNACZENIE UŻYTYCH KOLORÓW

Kolory, które wyróżniają poszczególne elementy i tworzą pasek barwny to, kolejno:

- **GRANATOWY** (ultramaryna)
- barwa podstawowa spółki występująca w logo, używana jest we wszystkich materiałach

- **CYJANOWY**
- barwa podstawowa również występująca w logo, jednocześnie, stosowana we wszystkich materiałach dotyczących infrastruktury

- **ZIELONY**
- stosowany we wszystkich materiałach związanych z tematyką ekologiczną i ochroną środowiska

- **POMARAŃCZOWY**
- występujący wszędzie tam, gdzie jest mowa o działalności prospołecznej spółki

- **ŻÓŁTY**
- stosowany w dziedzinie relacji i obsługi klienta

PANTONE 280

CMYK : c100 m72 y0 k18

ORACAL : 49 Ultra Marine Blue

RAL : 5002

RGB : r0 g36 b126

Logo Aquanet w swojej podstawowej wersji jest dwukolorowe. Jego barwy to cyjanowy i granatowy. Ich zestawienie oddaje tożsamość marki.

PANTONE Process Cyan

CMYK : c100 m0 y0 k0

ORACAL : 53

RAL : 5015

RGB : r0 g164 b232

Kolory te oznaczają zasadnicze aspekty działalności Aquanetu: cyjanowy to infrastruktura, a granatowy to Barwa Podstawowa, fundament plastyki wizerunku Aquanetu.

PANTONE 390

CMYK : c45 m0 y70 k0

ORACAL : 64

RAL : 6018

RGB : r180 g210 b0

Jasny, świeży i kojący kolor zielony reprezentuje ekologiczną świadomość Aquanetu. Przekonanie o tym, że o środowisko naturalne warto dbać, a zasoby naturalne jakimi nas ono obdarza – wykorzystywać w sposób racjonalny.

PANTONE 151

CMYK : c0 m50 y90 k0

ORACAL : 35

RAL : 2008

RGB : r255 g160 b0

Pomarańczowy jest kolorem energetycznym i wesołym, dlatego stosowany jest w materiałach informujących o eventach i imprezach organizowanych w Poznaniu, w których uczestniczy Aquanet. Symbolizuje rozrywkę, zabawę, aktywność, otwartość, kreatywność i inicjatywę.

PANTONE 129

CMYK : c0 m15 y90 k0

ORACAL : 21

RAL : 1003

RGB : r255 g205 b0

Kolor żółty – nadaje dokumentom przyjazny i aktywny charakter. Jest ciepły i pozytywny. Wybrany został w wyniku badań marketingowych. Symbolizuje życzliwe nastawienie.

Ogólna kolorystyka tekstów i tła

Poniżej przedstawione są wszystkie możliwe w świetle reguł CI kolory tekstów i tła w folderach. Ze względów technicznych, stosowanie układów nr 12 i 16 jest niewskazane. Zastępczo należy stosować zestawienia (odpowiednio) nr 8, 2 lub 3.

Zestawienia kolorystyczne układów nr 17, 18, 19 i 20 są dopuszczalne, ale wyłącznie dla nagłówków. Nie należy stosować tych układów dla tekstu ciągłego, ponieważ dłuższe partie tekstu w tej kolorystyce są trudne do odczytania.

Zestawienia podstawowe

1

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

2

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

3

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

4

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

infrastruktura

ekologia

działalność prospołeczna

relacje z klientem

5

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

6

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

7

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

8

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

Zestawienia uzupełniające

9

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

10

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

11

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

12

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

13

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

14

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

15

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

16

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem ipsum dolor sit

>Lorem ipsum dolor sit

Nagłówek

17

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

18

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

19

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

20

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

zestawienia podstawowe dla każdego rodzaju publikacji

Pasek barwny

RODZAJE PASKA BARWNEGO AQUANET

Pasek barwny oddaje pełną paletę kolorów Aquanetu w formie akcentu graficznego towarzyszącego materiałom marketingowym. Występuje on w trzech wersjach: kolorowej wersji podstawowej, dwóch jednobarwnych wersjach: granatowej, oraz srebrnej (PANTONE) oraz w skali szarości. Wersje jednokolorowe stosujemy w materiałach biznesowych, a wersję w skali szarości tam, gdzie z powodów technicznych niemożliwe jest zastosowanie wersji podstawowej (np. ogłoszenie prasowe w skali szarości), przy czym kolorystyka tego rodzaju paska jest tu jedynie symulowana. Kolorystyka paska w skali szarości, poczynając od skrajnego, lewego modułu: 20K, 40K, 30K, 40K, 70K.

Pasek barwny występuje niezależnie od logo Aquanet. Wskazane jest, aby pasek znajdował się w dużej odległości od logo. **Nie należy komponować go razem z logo.**

pasek barwny Aquanet - wersja podstawowa



paski barwne Aquanet w wersjach jednokolorowych: granatowej i srebrnej



pasek barwny Aquanetu w skali szarości



Pasek barwny w układzie kompozycyjnym (1/3)

PASEK BARWNY - USYTUOWANIE

Pasek barwny występuje **zawsze na prawej krawędzi lub na dolnej krawędzi formatu**. Na prawej w przypadku takich materiałów jak: wizytówka, koperta, listownik, natomiast na dolnej na okładkach folderów, billboardach itp. Przy pionowej orientacji paska barwnego, umieszczamy go granatowym modulem do dołu. Dokładne wymiary paska ustalone są dla konkretnego druku lub publikacji.

AQUANET
Spółka Akcyjna

Imię Nazwisko

Nazwa Jednostki Organizacyjnej
Stanowisko

ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
tel. 61 0000 000 / tel. kom. 0 000 000 000
fax 61 0000 000
e-mail: imię.nazwisko@aquanet.pl

AQUANET
Spółka Akcyjna

ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
tel. 61 8359 100, fax 61 8359 012
www.aquanet.pl, e-mail: klient@aquanet.pl

AQUANET

AQUANET DLA POZNANIA



www.aquanet.pl

Wielki Piknik Majowy!

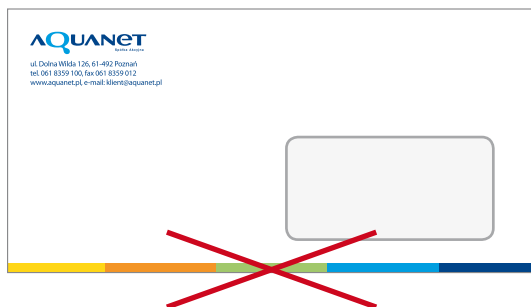
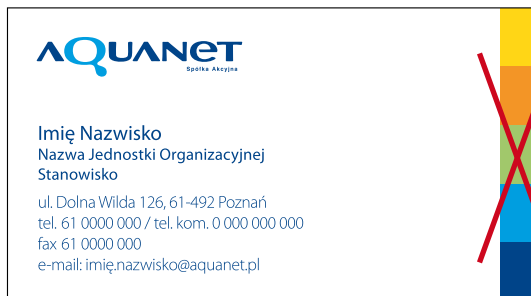
Aquanet zaprasza na wspaniałą rodzinną imprezę!

01. WIZERUNEK SPÓŁKI

Pasek barwny w układzie kompozycyjnym (2/3)

PASEK BARWNY - PRZYKŁADY NIEPRAWIDŁOWEGO USYTUOWANIA

Błędne usytuowanie paska barwnego polega na przeniesieniu go w inną niż wskazana część formatu, lub na zastosowaniu wymiarów innych niż wskazane w regułach budowy danego layoutu (np. w widocznym tu przypadku wizytówki pasek jest zbyt szeroki, a na kopercie i plakacie został przeniesiony w inne miejsce).



Pasek barwny w układzie kompozycyjnym (3/3)

Niektóre z nośników (np. citylighty we wiatrach przystankowych) w związku z techniką montażu wymagają przygotowania materiału z bardzo szerokimi spadami. Efekt końcowy nierzadko obciążony jest wówczas błędem polegającym na zbyt dużej wysokości rozciągniętego na dół spad paska kolorystycznego. Możemy jednak zabezpieczyć się przed takimi błędami stosując pasek barwny o standardowej wysokości, poniżej umieszczając granatową aplę na spad. Tak, jak na ilustracji.



Typografia

Dla codziennych zastosowań biurowych przewidziano czcionkę Arial CE i Times New Roman CE, standardowo dostępną w każdym systemie operacyjnym Windows.

Na potrzeby działań marketingowych używamy czcionek rodziny Myriad Pro. Krój ten pojawi się zatem we wszystkich reklamach Aquanetu.

Na części materiałów, będących przeniesieniem rozwiązań graficznych z poprzedniej identyfikacji wizualnej firmy Aquanet zachowane zostało liternictwo Swiss 721 PL. Na tym etapie nie dokonujemy modyfikacji tych materiałów pod kątem literniczym wg nowego wdrażanego schematu. W szczególności dotyczy to: Legitymacji pracowniczych, przepustek, identyfikatorów, pieczętek, ubrań roboczych oraz samochodów.

tekst przykładowy:

AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź

**AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź**

*AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź*

***AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź***

tekst przykładowy:

AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź

**AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź**

*AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź*

***AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź***

tekst przykładowy:

AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź

**AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź**

*AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź*

***AaAqBbCcĆćDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMm
NnOoÓóPpRrSsTtUuWwXxYyZzŻżŹź***

02 • LOGO

Logo (1/3) WERSJA PODSTAWOWA



LOGO

Wersja podstawowa logo przeznaczona do stosowania w oznaczaniu zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz spółki. Logo nie może być łączone z paskiem barwnym.

Logo (2/3) ZNAK FIRMOWY I SYMBOL REJESTRACJI

01.



02.



03.



01. ZNAK FIRMOWY

Znak firmowy to logo Aquanetu, uzupełnione o określenie formy organizacyjno-prawnej podmiotu (napis „Spółka Akcyjna”). Stosowane jest we wszystkich dokumentach spółki, głównie na drukach firmowych.

02/03. SYMBOL REJESTRACJI ®

Zarówno logo, jak i znak firmowy funkcjonują także w wersji z dodanym symbolem ®, oznaczającym zarejestrowany znak towarowy. Średnica symbolu ® jest równa 1/6 szerokości litery „A”.



Kolorystyka logo (1/2) ULTRAMARYNA

PANTONE 280

CMYK : c100 m72 y0 k18

ORACAL : 49 Ultra Marine Blue

RAL : 5002

RGB : r0 g36 b126

02. LOGO

Logo Aquanet w swojej podstawowej wersji jest dwukolorowe. Jego barwy to cyjanowy i granatowy. Ich zestawienie oddaje tożsamość marki.

PANTONE Process Cyan

CMYK : c100 m0 y0 k0

ORACAL : 53

RAL : 5015

RGB : r0 g164 b232

Ultramaryna i cyjanowy oznaczają zasadnicze aspekty działalności Aquanetu: cyjanowy to infrastruktura, a granatowy to Barwa Podstawowa, fundament wizerunku Aquanetu.

Logo (3/3) WERSJE KOLORYSTYCZNE

Oprócz podstawowej wersji kolorystycznej przewidziano także wersje alternatywne.



01. Wersja pełnokolorowa w kontrze sprawdzi się tam, gdzie zastosowanie wersji podstawowej będzie utrudnione przez nieodpowiednie tło (np. zbyt ciemne lub pstrokaty).



02. Wersja w skali szarości powinna zastąpić wersję podstawową we wszystkich tych przypadkach, kiedy reprodukcja pełnokolorowa jest niemożliwa.



03. Wersję negatywową stosujemy w tych samych okolicznościach, które wymuszają wybór wersji w skali szarości, przy dodatkowym utrudnieniu w postaci tła naruszającego czytelność znaku.

Logo - wielkości minimalne

Logo Aquanetu nie może być drukowane w rozmiarze mniejszym niż 20 mm szerokości podstawy.

Natomiast ze względu na niewielki rozmiar napisu „Spółka Akcyjna”, minimalna szerokość **znaku firmowego** wynosi 50 mm.



skala 1:1

AQUANET



skala 1:1

AQUANET
Spółka Akcyjna

Logo - pole ochronne

Pole ochronne to przestrzeń wokół logo (lub znaku firmowego), w której nie umieszczamy żadnych innych elementów graficznych ani tekstowych. Dla logo Aquanet pole to wyznaczamy zgodnie ze schematem. Wyznacznikiem jest litera „A”, której szerokość traktujemy jako jednostkę miary (1a). W tym obszarze nie umieszczamy również paska barwnego. Zaleca się, aby logo i pasek barwny występowały w znacznej odległości od siebie.

W wyjątkowych sytuacjach, za zgodą działu marketingu, pole ochronne może być zmniejszone.



Logo - orientacja pionowa

W podstawowej formie dopuszczalne jest zastosowanie logo w orientacji pionowej np., na pylonach, flagach itp.

VOXNET

Logo w układzie kompozycyjnym

Przyjmujemy, że logo Aquanetu występuje wyłącznie w lewej części kompozycji, najczęściej w górnej części układu. W uzasadnionych przypadkach można logo umieścić w części dolnej. Logo otwiera lub zamyka cały układ graficzny i niewskazane jest umieszczanie go w mniej eksponowanym miejscu. Zasady te wpisują znak w symboliczną hierarchię układu. Pewnym wyjątkiem jest np., pylon, na którym logo pojawia się po lewej stronie, lecz w orientacji pionowej.

The Aquanet logo is positioned in the top-left corner of a large rectangular frame defined by a dotted border.The Aquanet logo is positioned in the top-right corner of a rectangular frame defined by a dotted border.The Aquanet logo is positioned in the bottom-right corner of a rectangular frame defined by a dotted border, oriented vertically.

Niedopuszczalne wersje logo (1/2)

NIEDOPUSZCZALNE WERSJE LOGO AQUANET

Oto kilka przykładów, które pomogą zrozumieć, czego nie należy robić z logo Aquanetu.



zmiana kolorystyki całego logo lub jego części



duplikacja i nałożenie logo



zmiana proporcji poszczególnych elementów logo



naruszające czytelność logo zastosowanie tła zdjęciowego



prezentacja logo w pozycji „pod kątem”



naruszające czytelność logo zastosowanie tła z apli kolorystycznej



stosowanie litery Q w oderwaniu od logo



nadanie przezroczystości



rozciąganie logo wzdłuż



rozciąganie logo wszerz



podmiana liternictwa



logo w obrysie krzywych

Niedopuszczalne wersje logo (2/2)

AQUANET

15 mm

wymiary logo poniżej dopuszczalnego minimum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin hendrerit adipiscing sapien. AQUANET sed pede. Morbi ligula ligula, egestas vitae, porttitor eget, convallis in, leo.

zastąpienie, w obrębie tekstu, słowa „Aquanet” logo Aquanetu

AQUANET AQUANET AQUANET
AQUANET AQUANET AQUANET
AQUANET AQUANET AQUANET

wielokrotne użycie logo na jednej powierzchni

AQUANET

pochylenie logo

AQUANET Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin hendrerit adipiscing sapien. Sed pede. Morbi ligula ligula.

naruszenie pola ochronnego

AQUANET

nadanie logo perspektywy

AQUANET

odwrócenie kolorów logo

Cola AQUANET

użycie sugerujące integralność z obcym logo

AQUANET

użycie gradientu jako wypełnienia logo

AQUANET

brzyła 3D na podstawie logo Aquanet (prezentowana w grafice 2D)

AQUANET

logo ujęte w ramkę

AQUANET

logo z zastosowanym wtapianiem

Logo - z hasłem „W TROSCE O POKOLENIA”

Na potrzeby działań marketingowych Spółki zamiast logotypu Aquanet można stosować znak graficzny w formie połączenia logo Aquanet z hasłem „W trosce o pokolenia”. Wówczas hasło „W trosce o pokolenia” zapisujemy dużymi literami, czcionką Myriad Pro Regular. Hasło powinno być równej szerokości co logo Aquanet.

Hasło „W trosce o pokolenia” wyrównane jest w stosunku do dopisku Aquanet w formie rozciągnięcia na całej długości napisu Aquanet. Hasło „W trosce o pokolenia” zapisywane jest w kolorze granatowym (C72 / M0 / Y0 / K12). Umieszczenie hasła oraz napisu Aquanet względem siebie stanowią integralną część znaku graficznego. Ich modyfikacja może następować wyłącznie w powiększeniu lub pomniejszeniu w odniesieniu do powyższych napisów. Logo nie może być łączone z paskiem barwnym.

Kolorystyka i kształt zasadniczej części logo - napisu „Aquanet” nad hasłem są dokładnie określone na kartach tegoż rozdziału.



Znak firmowy Q WERSJA PODSTAWOWA



LOGO

Na potrzeby działań marketingowych Spółki, w niektórych przypadkach zamiast logo podstawowego Aquanet można stosować znak graficzny w postaci samej litery Q. Logo w takiej wersji może być eksponowane zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz Spółki. Logo nie może być łączone z paskiem barwnym.

PANTONE Process Cyan

CMYK : c100 m0 y0 k0

ORACAL : 53

RAL : 5015

RGB : r0 g164 b232

Kolory te oznaczają zasadnicze aspekty działalności Aquanetu: cyjanowy to infrastruktura, a granatowy to Barwa Podstawowa, fundament plastyki wizerunku Aquanetu.

Znak firmowy Q WERSJE KOLORYSTYCZNE

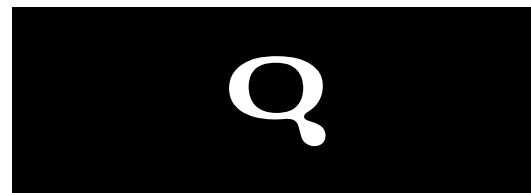
Oprócz podstawowej wersji kolorystycznej przewidziano także wersje alternatywne.



01. Wersja pełnokolorowa w kontrze sprawdzi się tam, gdzie zastosowanie wersji podstawowej będzie utrudnione przez nieodpowiednie tło (np. zbyt ciemne lub pstrokate).



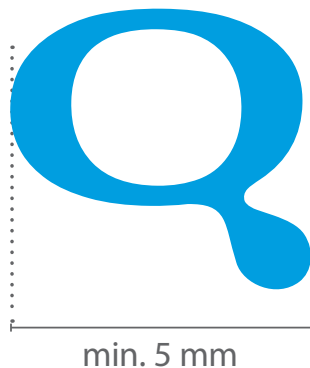
02. Wersja czarna i w skali szarości powinna zastąpić wersję podstawową we wszystkich tych przypadkach, kiedy reprodukcja pełnokolorowa jest niemożliwa.




03. Wersję negatywową stosujemy w tych samych okolicznościach, które wymuszają wybór wersji w skali szarości, przy dodatkowym utrudnieniu w postaci tła naruszającego czytelność znaku.

Znak firmowy Q WIELKOŚCI MINIMALNE

Logo Q nie może być drukowane w rozmiarze mniejszym niż 5 mm szerokości podstawy.

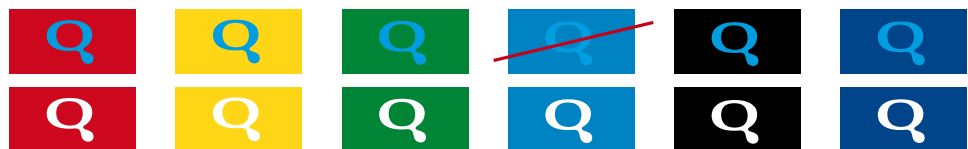


skala 1:1 

Znak firmowy Q KOLORY TŁA

Na tle kolorowym, jednolitym dopuszczalne jest zastosowanie ZNAKU w kolorze białym, lub podstawowym – cyanowym, za wyjątkiem kolorów niebieskich, innych niż kolor podstawowy:

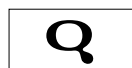
C:100 M:72 Y:0 B:18.



W przypadku zastosowania koloru białego należy pamiętać, że nasycenie koloru tła nie może być zbyt niskie, powodując zanikanie ZNAKU.



Możliwe jest użycie koloru czarnego w przypadku białego tła.



Możliwe jest użycie koloru srebrnego w przypadku wykonywania materiałów ekskluzywnych, jak również odpowiednio dobranego koloru szarego imitującego kolor srebrny.



Znak firmowy Q POLE OCHRONNE

Pole ochronne to przestrzeń wokół logo (lub znaku firmowego), w której nie umieszczamy żadnych innych elementów graficznych ani tekstowych. Dla logo Q pole to wyznaczamy zgodnie ze schematem. Wyznacznikiem jest połowa szerokości znaku „Q”.

W wyjątkowych sytuacjach, za zgodą działu marketingu, pole ochronne może być zmniejszone.



Znak firmowy Q UKŁAD KOMPOZYCYJNY

Przyjmujemy, że logo Q występuje wyłącznie w lewej części kompozycji, najczęściej w górnej części układu. W uzasadnionych przypadkach można logo umieścić w części dolnej. Logo otwiera lub zamyka cały układ graficzny i niewskazane jest umieszczanie go w mniej eksponowanym miejscu. Zasady te wpisują znak w symboliczną hierarchię układu.



Niedopuszczalne wersje znaku firmowego Q (1/2)

NIEDOPUSZCZALNE WERSJE LOGO Q

Oto kilka przykładów, które pomogą zrozumieć, czego nie należy robić z logo Q.



zmiana kolorystyki całego logo lub jego części



duplikacja i nałożenie logo



naruszające czytelność logo zastosowanie tła zdjęciowego



naruszające czytelność logo zastosowanie tła z apli kolorystycznej



prezentacja logo w pozycji „pod kątem”



nadanie przezroczystości



rozciąganie logo wzdłuż



rozciąganie logo wszerek



podmiana liternictwa



logo w obrysie krzywych

Niedopuszczalne wersje znaku firmowego Q ^(2/2)



wymiary logo poniżej dopuszczalnego minimum



zmiana kolorów logo



użycie sugerujące integralność z obcym logo



wielokrotne użycie logo na jednej powierzchni



użycie gradientu jako wypełnienia logo



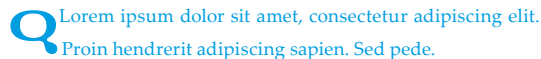
bryła 3D na podstawie logo Q (prezentowana w grafice 2D)



pochylenie logo



logo ujęte w ramkę



naruszenie pola ochronnego



logo z zastosowanym wtapianiem



nadanie logo perspektywy



wersja pionowa

Znak firmowy Q GADŻETY



02. LOGO

03 • DRUKI FIRMOWE

Wizytówki

Wizytówki Aquanet drukowane są na matowym papierze kredowym o gramaturze 300 g/m².



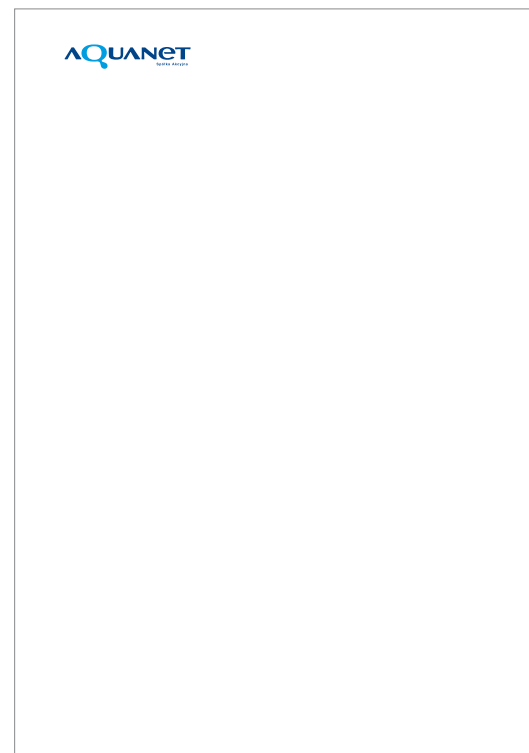
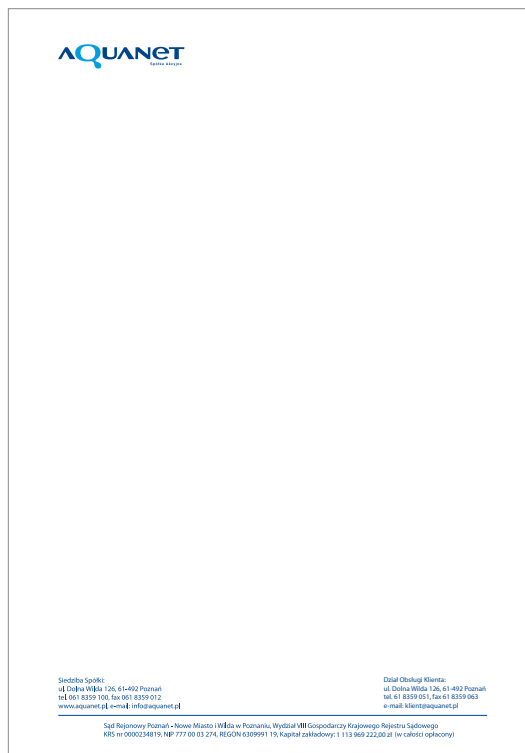
Papier listowy (1/3) OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

Papier listowy, podobnie jak fakturowy, posiada w nagłówku **znak firmowy**. Dane teleadresowe umieszczone są w stopce strony.

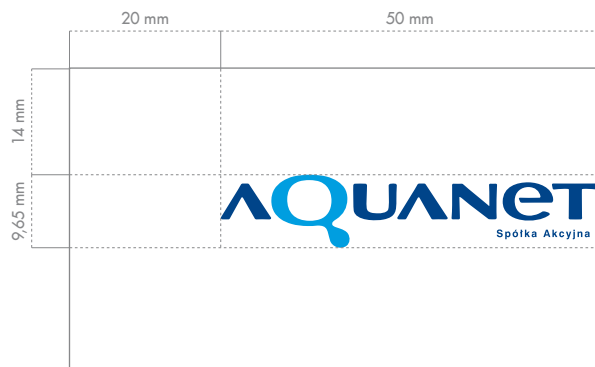
Istnieją dwie wersje listownika:

1. Strona rozpoczynająca wielostronicowy wydruk dokumentu - wersja ta zawiera stopkę.
2. Wersja pozbawiona stopki, przeznaczona do druku kolejnych stron dokumentu. W przypadku drukowania dwustronnego nie jest konieczne drukowanie kolejnych stron dokumentu na listowniku.

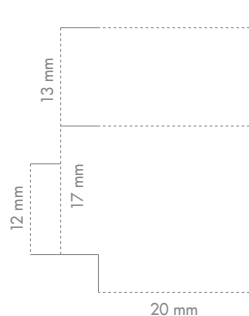
Dokładne wymiary paska barwnego określone są w plikach produkcyjnych.



Papier listowy (2/3) NAGŁÓWEK



Papier listowy (3/3) STOPKA



Siedziba Spółki:
ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
tel. 61 8359 100, fax 61 8359 012
www.aquanet.pl, e-mail: info@aquanet.pl

Sąd Rejonowy Poznań - Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, Wydział VIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
KRS nr 0000234819, NIP 777 00 03 274, REGON 6309991 19, Kapitał zakładowy: 1 113 969 222,00 zł (w całości opłacony)

Myriad Pro Regular
wielkość 8 pkt, interlinia 9.6 pkt
kerning optyczny, światło międzyliterowe 0

Dział Obsługi Klienta:
ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
tel. 61 8359 051, fax 61 8359 063
e-mail: klient@aquanet.pl

Myriad Pro Regular
wielkość 8 pkt, interlinia 9.6 pkt
kerning optyczny, światło międzyliterowe 0

20 mm

Papier fakturowy (1/2) OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

Papier fakturowy, podobnie jak papier listowy, posiada w nagłówku znak firmowy. Ponieważ papier ten jest wykorzystywany przy wystawianiu faktur, pod znakiem firmowym znajdują się dane spółki. Znak firmowy oraz pozostałe dane muszą znajdować się dokładnie w miejscu przewidzianym w niniejszym opracowaniu, gdyż wymagają tego warunki techniczne zadruku faktur.

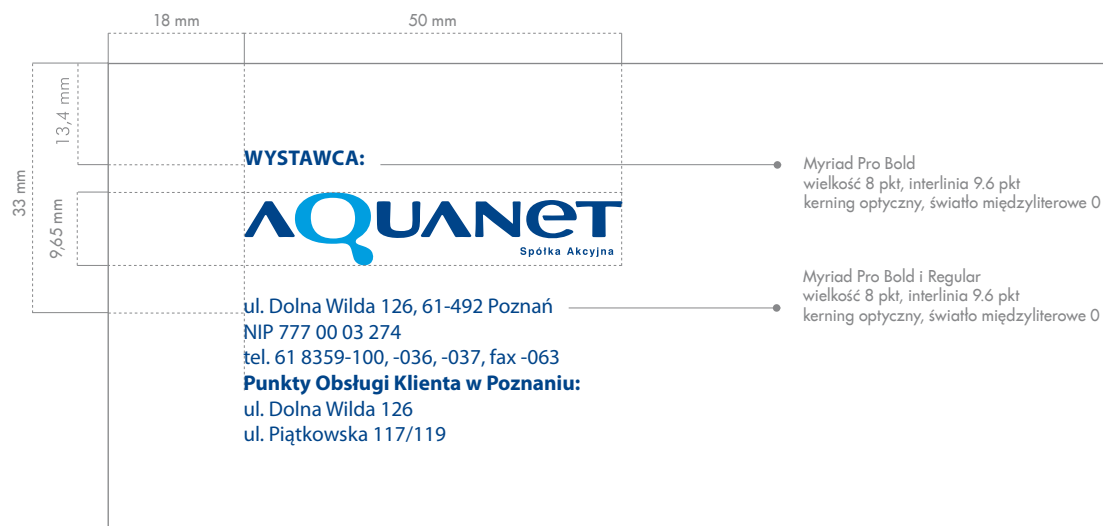
Ze względu na konieczność dostosowania papieru fakturowego do wymogów e-faktur papier fakturowy jest drukowany bez paska barwnego.

WYSTAWCA:

AQUANET

ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
NIP 777 00 03 274
tel. 61 8359-100, -036, -037, fax -063
Punkty Obsługi Klienta w Poznaniu:
ul. Dolna Wilda 126
ul. Piątkowska 117/119

Papier fakturowy (2/2) NAGŁÓWEK



Koperta C4 (1/2) OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

Wymiary koperty: 324 x 229 mm.

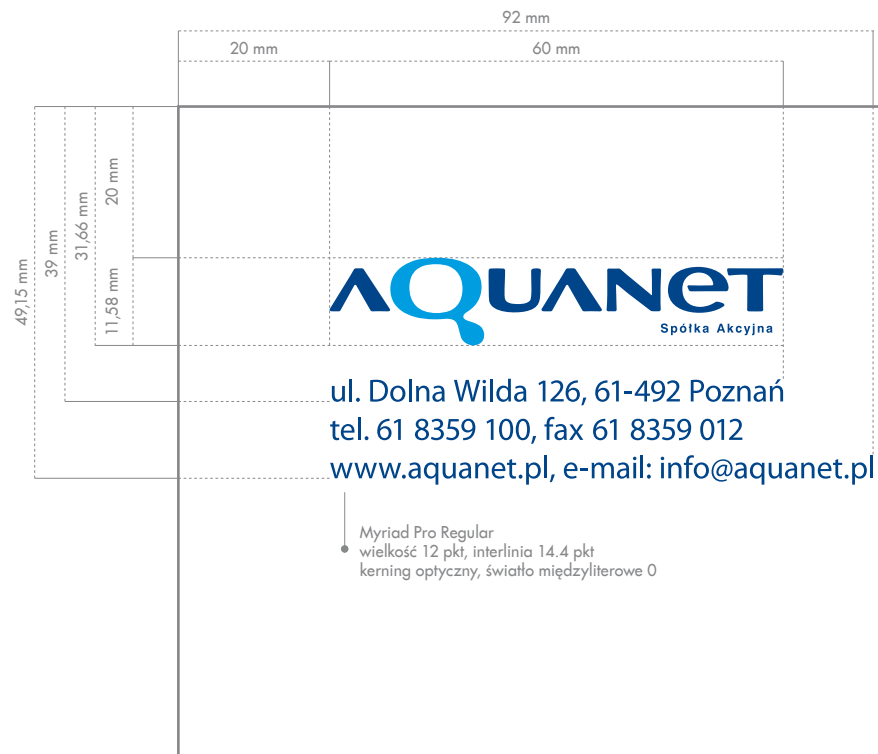
Stosujemy **znak firmowy**. Pod znakiem dane siedziby spółki.

Dokładne wymiary paska barwnego określone są w plikach produkcyjnych.



ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
tel. 061 8359 100, fax 061 8359 012
www.aquanet.pl, e-mail: info@aquanet.pl

Koperta C4 (2/2) NAGŁÓWEK



Koperta C5 (1/2) OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

Wymiary koperty: 229 x 162 mm.

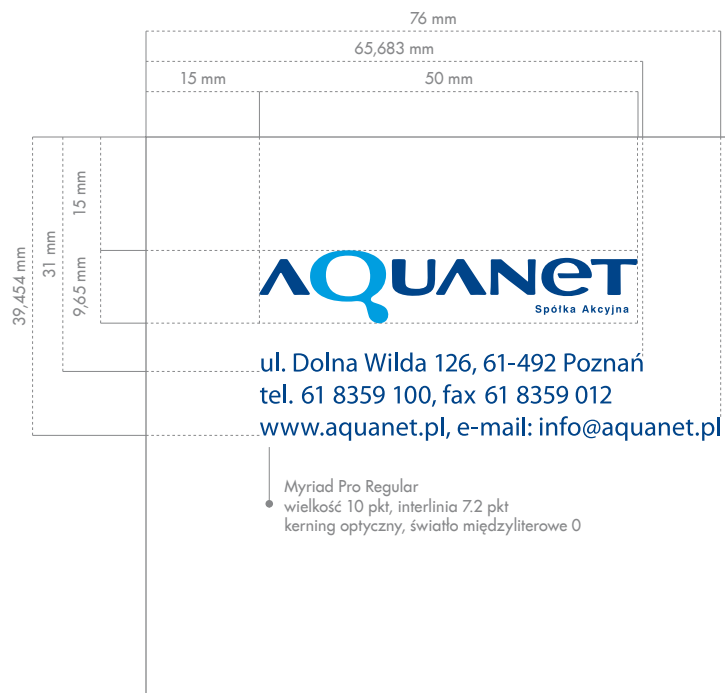
Stosujemy **znak firmowy**. Pod znakiem dane siedziby spółki.

Dokładne wymiary paska barwnego określone są w plikach produkcyjnych.



ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
tel. 061 8359 100, fax 061 8359 012
www.aquanet.pl, e-mail: info@aquanet.pl

Koperta C5 (2/2) NAGŁÓWEK



Koperta C6 (1/2) OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

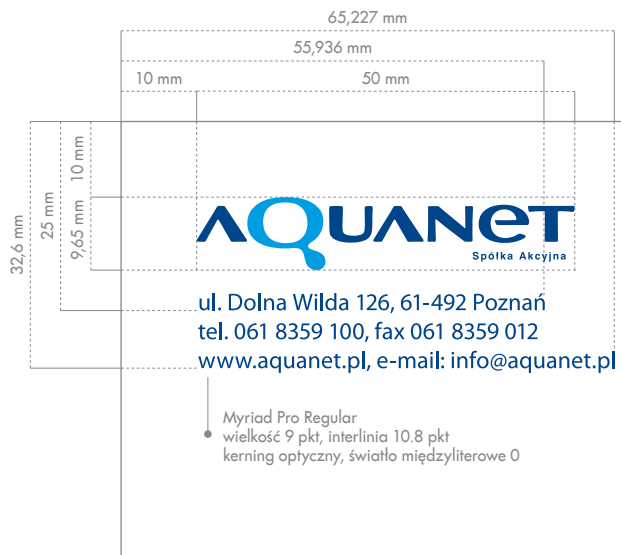
Wymiary koperty: 162 x 114 mm.
Stosujemy **znak firmowy**. Pod znakiem dane siedziby spółki.

Dokładne wymiary paska barwnego określone są w plikach produkcyjnych.



ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
tel. 061 8359 100, fax 061 8359 012
www.aquanet.pl, e-mail: info@aquanet.pl

Koperta C6 (2/2) NAGŁÓWEK



Koperta DL (1/3) OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

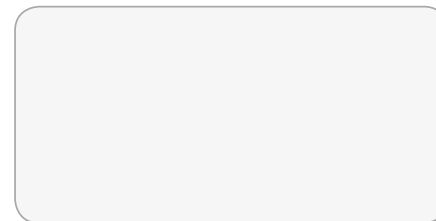
Wymiary koperty: 220 x 110 mm.

Stosujemy **znak firmowy**. Dokładne umiejscowienie przezroczystego „okienka” zależy od konkretnego modelu koperty. Podobnie należy interpretować przykład tylnej strony koperty.

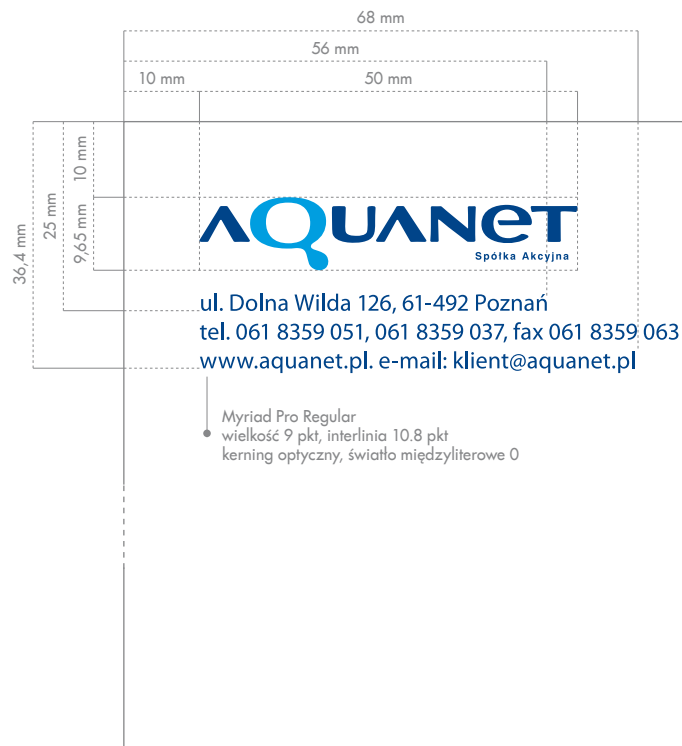
Dokładne wymiary paska barwnego określone są w plikach produkcyjnych.

AQUANET
Spółka Akcyjna

ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
tel. 061 8359 051, 061 8359 037, fax 061 8359 063
www.aquanet.pl, e-mail: klient@aquanet.pl



Koperta DL (2/3) NAGŁÓWEK



Koperta DL (3/3) TYŁ KOPERTY

W przypadku niedostarczenia niniejszej przesyłki do adresata zwracamy się z prośbą o wskazanie przyczyny i odesłanie przesyłki do nadawcy.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> niewystarczające dane adresowe | <input type="checkbox"/> inne |
| <input type="checkbox"/> adresat nieznany | |
| <input type="checkbox"/> adresat odmówił przyjęcia | |
| <input type="checkbox"/> adresat nie podjął w terminie | <input type="checkbox"/> nowy adres |
| <input type="checkbox"/> adresat wyprowadził się | |
| <input type="checkbox"/> zmarł | |

Etykiety

Etykiety należy stosować jedynie w przypadku, gdy reprodukcja znaku firmowego nie jest możliwa dostępnymi technikami druku. Szkic przedstawia zwymiarowaną etykietę, którą można dowolnie powiększać. Etykiety drukowane są w technologii sitodruku, druku offsetowego lub cyfrowego. Wymogi produkcyjne zakładają druk etykiet na folii lub na papierze samoprzylepnym.



04 • INNE MATERIAŁY FIRMOWE

Legitymacje pracownicze

Legitymacja pracownicza zadrukowana jest obustronnie w technologii druku cyfrowego na PCV lub technologii pokrewnej.

Stosujemy krój czcionki Swiss 721 PL Condensed. Wielkości czcionki podane są na rysunku. Legitymacje posiadają zdjęcia i są personalizowane.



Przepustki

Przepustka jest zadrukowana jednostronnie. Po drugiej stronie znajduje się pasek magnetyczny. Przepustka jest spersonalizowana. Fotografję właściciela przepustki umieszczamy na tle kolorystyki określającej priorytet wstępu na teren obiektów. System kolorystyczny przepustek obejmuje cztery priorytety:

- złoty (Pantone Yellow 012),
- pracowniczy (Pantone Process Cyan),
- kierowniczy (Pantone 355),
- priorytet ruchu ciągłego (Pantone Red 032),
- przepustkę tymczasową (z białym tłem).

Przepustki drukujemy w technologii druku cyfrowego na PCV lub technologii pokrewnej.

Stosujemy krój czcionki Myriad Pro Condensed. Rozmiar czcionki dla imienia i nazwiska, działu i stanowiska powinien być dostosowany do ilości znaków, jednak imię i nazwisko powinno być zapisane zdecydowanie większą czcionką od nazwy działu i stanowiska.



priorytet ruchu ciągłego



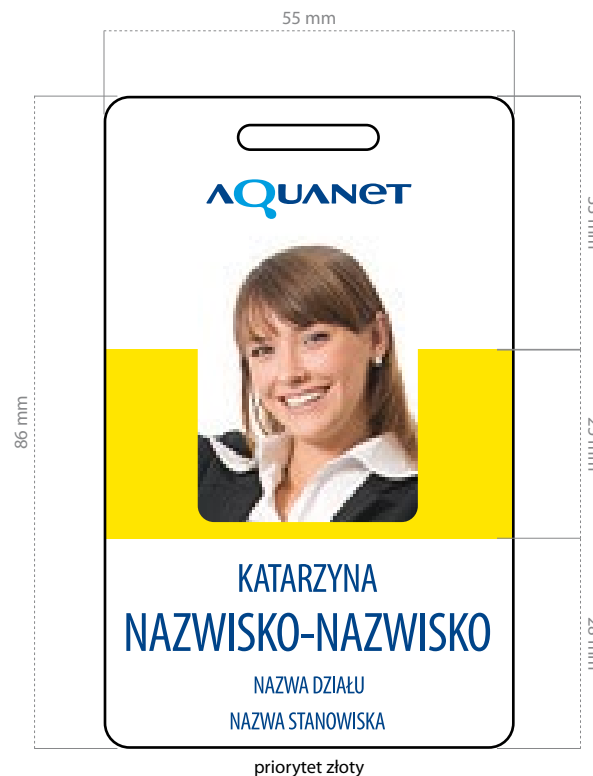
priorytet pracowniczy



priorytet kierowniczy



przepustka tymczasowa

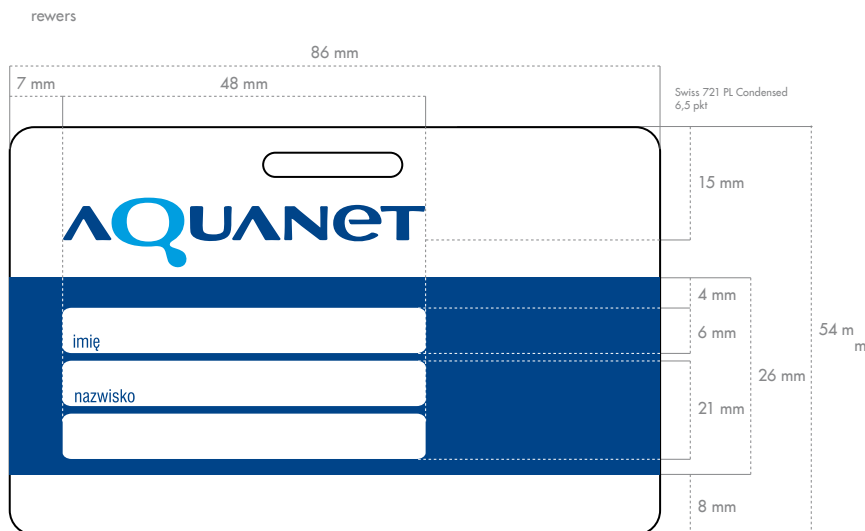


priorytet złoty

Identyfikatory

Zadruk obustronny identyfikatora w technologii druku cyfrowego na PCV lub technologii pokrewnej. Identyfikatory są personalizowane.

Stosujemy krój czcionki Swiss 721 PL Condensed. Wielkości czcionki podane są na rysunku.



Swiss 721 PL Condensed, 45 pkt
PANTONE Process Cyan 100%

Swiss 721 PL Condensed, 45 pkt
PANTONE Process Cyan 30%

Przepustki tymczasowe

Przepustki powinny być wydrukowane na kartonie 200-250 g/m², w offsetowej lub cyfrowej technice druku. Zadruk jest obustronny.

AQUANET

upoważnia do wejścia na teren obiektu:

nazwa obiektu

nazwa obiektu

nazwa obiektu

nazwa obiektu

nazwa obiektu

nazwa obiektu

podpis oraz pieczęć wystawiającego przepustkę

65 mm

9 mm

21 mm

rewers

Swiss 721 PL Condensed, 5 pkt

Swiss 721 PL Condensed, 8,5 pkt

Swiss 721 PL Bold Condensed, 16 pkt

owers

AQUANET

kod kreskowy

numer przepustki

imię i nazwisko

Przepustka ważna z dowodem osobistym nr:

seria i numer dow. osobistego

w terminie:

od

do

w godzinach:

od

do

upoważnia do wjazdu samochodem:

marka samochodu

nr rejestracyjny samochodu

PRZEPUSTKA TYMCZASOWA

50 mm

42 mm

21 mm

17 mm

9 mm

110 mm

11 mm

31 mm

31 mm

75 mm

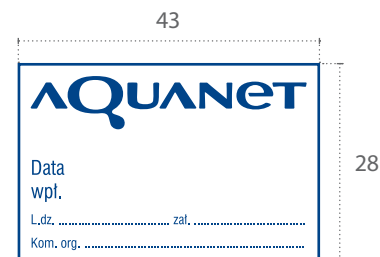
owers

Pieczętki

Pieczętki firmowe zawierają znak firmowy. W pozostałych wzorach stosujemy logo. Każdorazowo, znak firmowy lub logo przygotowany jest do reprodukcji w jednym kolorze. W przypadku pieczętek, zakłada się stosowanie ciemnogrnatowych tuszów. Krój czcionki dla każdej pieczętki musi być identyczny, tj. Swiss 721 PL.

Formaty pieczęci dostosowane zostały do standardowych automatów pieczęciowych. Przedstawione pieczętki stanowią wzór kompozycyjny, wyznaczający ogólne zasady dla wszystkich pieczętek wykorzystywanych w spółce.

Wartości wymiarów podane są w milimetrach.



Ubrania robocze

Odzież robocza oznakowana jest poprzez logo AQUANET oraz imię i nazwisko pracownika. Ich zamieszczenie jest obowiązkowe dla wszystkich ubrań roboczych zamawianych w Spółce.

Odzież robocza występuje w kolorze granatowym lub białym. Oznaczenie musi zawierać logo AQUANET oraz imię i nazwisko pracownika. Na materiałach granatowych logo Aquanetu oraz imię i nazwisko umieszczamy w kolorze białym. Na białym materiale logo występuje w barwach wersji podstawowej lub monochromatycznej czarnej, imię i nazwisko w kolorze granatowym lub czarnym, adekwatnie do kolorystyki logo. Miejsce umieszczenia logo i jego szacunkowe wymiary ilustrują poniższe przykłady.



przód



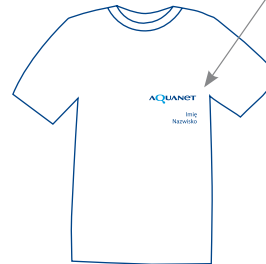
przód



tył



przód



przód



tył

imię i nazwisko znajduje się pod logo
i jest równane do prawej krawędzi

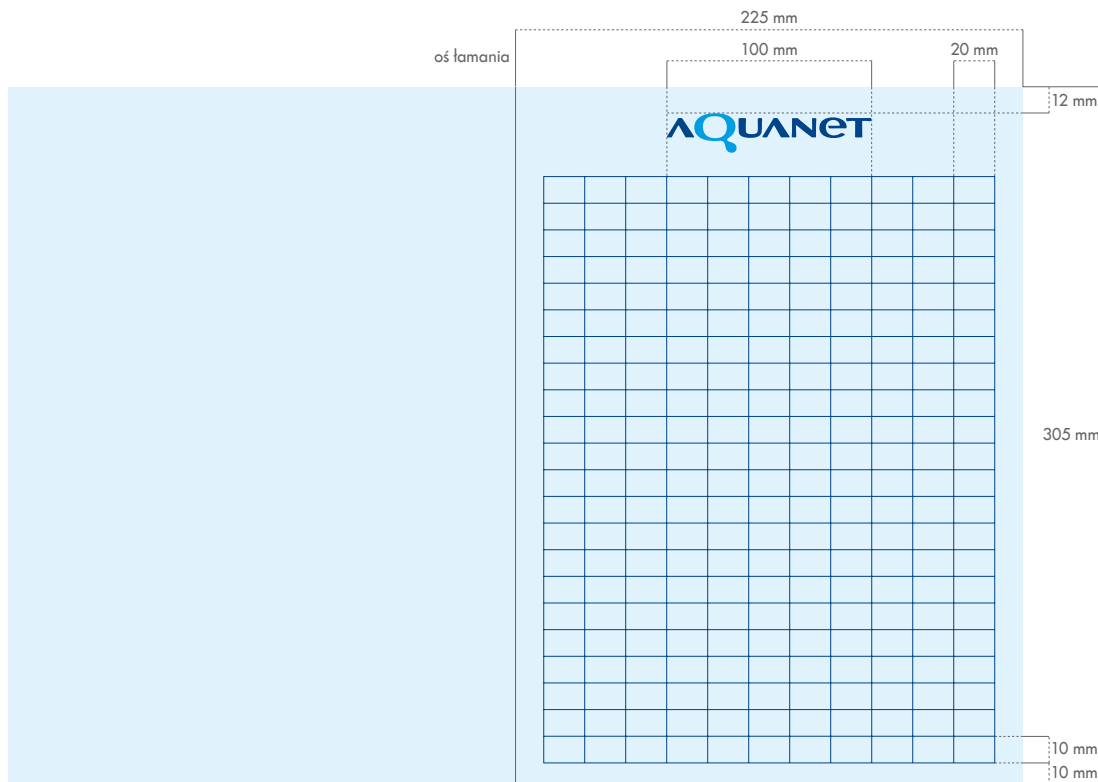
Teczki obiegówki

Grafika zewnętrznej, jak i wewnętrznej strony teczki jest identyczna.

Kolor tła to c15m0y0k0.

Dla linii dzielących stosujemy barwę podstawową Aquanetu c100m72y0k18.

Wskazany materiał produkcyjny: karton 250-350 g/m². Po złożeniu teczka ma format 225x305 mm.

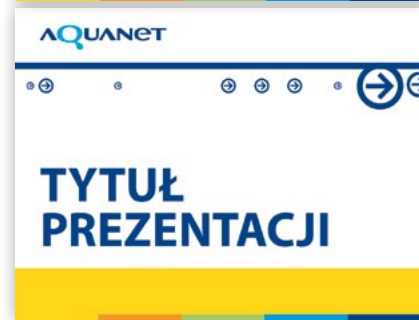
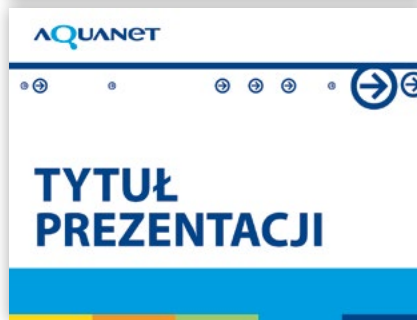


Slajdy prezentacji (1/2)

Zestawy tła dla prezentacji PowerPoint występują w trzynastu rodzajach. Ich schemat kompozycyjny zgodny jest z ogólnymi zasadami identyfikacji wizualnej Aquanet.

Prezentowane tła są stronami tytułowymi rozpoczynającymi całą prezentację.

Pełne zestawy (slajdy środkowe i końcowe) prezentowanych schematów dostępne są w Dziale Marketingu Aquanet.



Slajdy prezentacji (2/2)



linia infrastrukturalna, „Rozwój”



linia infrastrukturalna, „Logika”



linia infrastrukturalna, „Infrastruktura”



linia podstawowa, „Euro”



linia infrastrukturalna, „Fundusze”



linia podstawowa, „Woda”

Identyfikacja prac serwisowych

Prace serwisowe oznaczane są za pomocą tabliczek informacyjnych. Tabliczki informacyjne dotyczące wyłączenia urządzeń i instalacji przez dany dział serwisu posiadają następujące wymiary: 9x18 cm. Są zróżnicowane kolorystycznie w zależności od działu:

SPW - Pantone Cyan, CMYK 100 / 0 / 0 / 0
SA - Pantone Magenta, CMYK 0 / 100 / 0 / 0
SM - Pantone Yellow, CMYK 0 / 0 / 100 / 0
SE - Pantone 032, CMYK 0 / 100 / 100 / 0
SWK - Pantone 280, CMYK 100 / 72 / 0 / 18



SPW – niebieski



SA – różowy



SM – żółty



SE – czerwony



SWK – granatowy

Samochody (1/4)

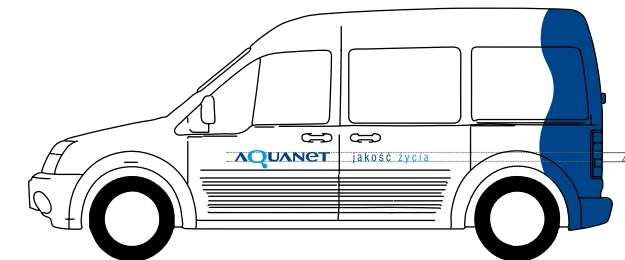
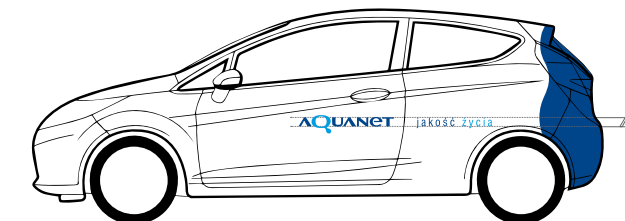
Samochody operacyjne oznaczamy w następujący sposób: logo Aquanet pojawia się na przednich drzwiach pojazdu. Granatowa fala zdobi tylną część pojazdu, a na boku, na wysokości logo, widnieje hasło firmowe („jakość życia”). Wysokość czcionki hasła powinna być nie większa niż wysokość litery „A” logo.

Logo i napisy nie powinny być podzielone szczylinami karoserii (np. pomiędzy pierwszą, a drugą parą drzwi), chyba, że jest to niemożliwe do uniknięcia. Podobnie, niewskazane jest umieszczanie logo, hasła i folii na takich elementach pojazdu jak: uszczelki, maskownice, klamki itp. Logo na wszystkich częściach karoserii występuje w tym samym rozmiarze.

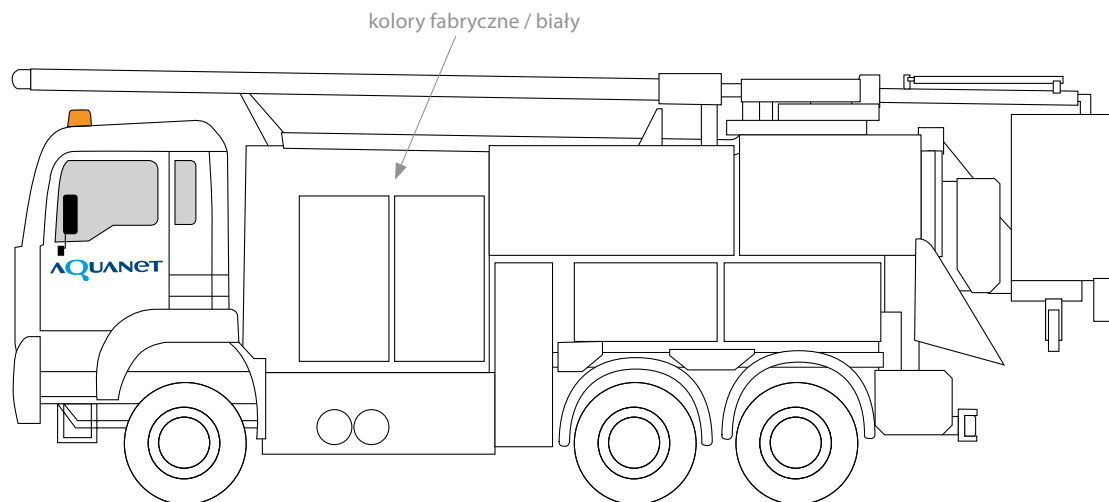
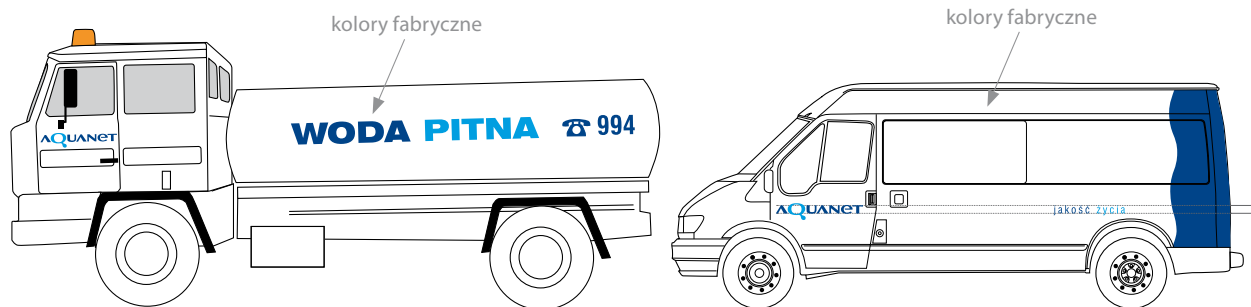
Granatową falę w tylnej części auta umieszczamy zawsze w ten sposób, że jej pierwsze wybrzuszenie od góry wybiega w kierunku przodu pojazdu.

Znakowaniu nie podlegają samochody funkcyjne (np. członków zarządu, dyrektorów oraz kierowników zakładów).

W uzasadnionych przypadkach można wyłączyć również samochód operacyjny z obowiązku znakowania, ale tylko i wyłącznie za zgodą zarządu Aquanet.



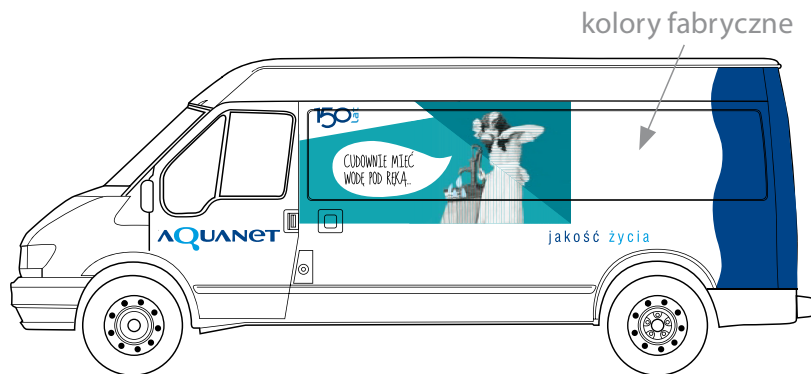
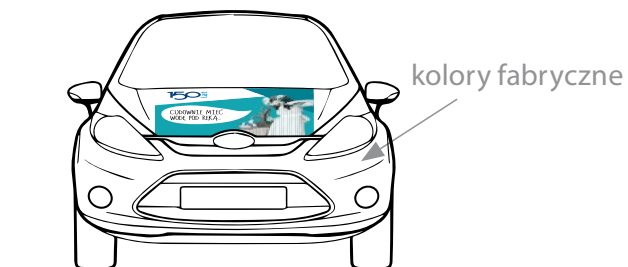
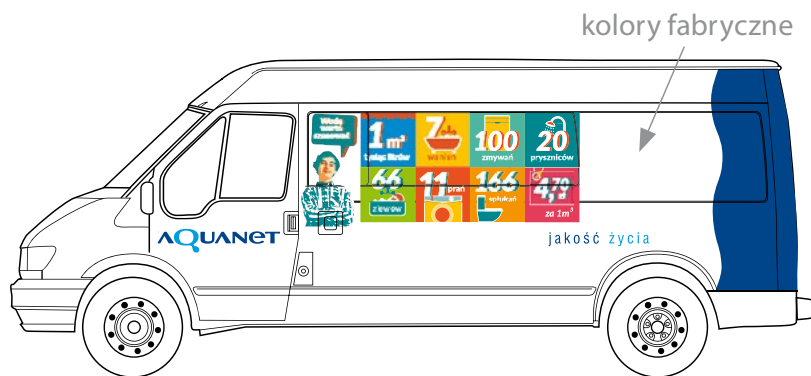
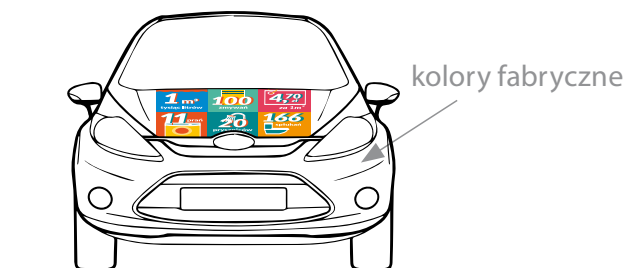
Samochody (2/4)



Samochody (3/4)

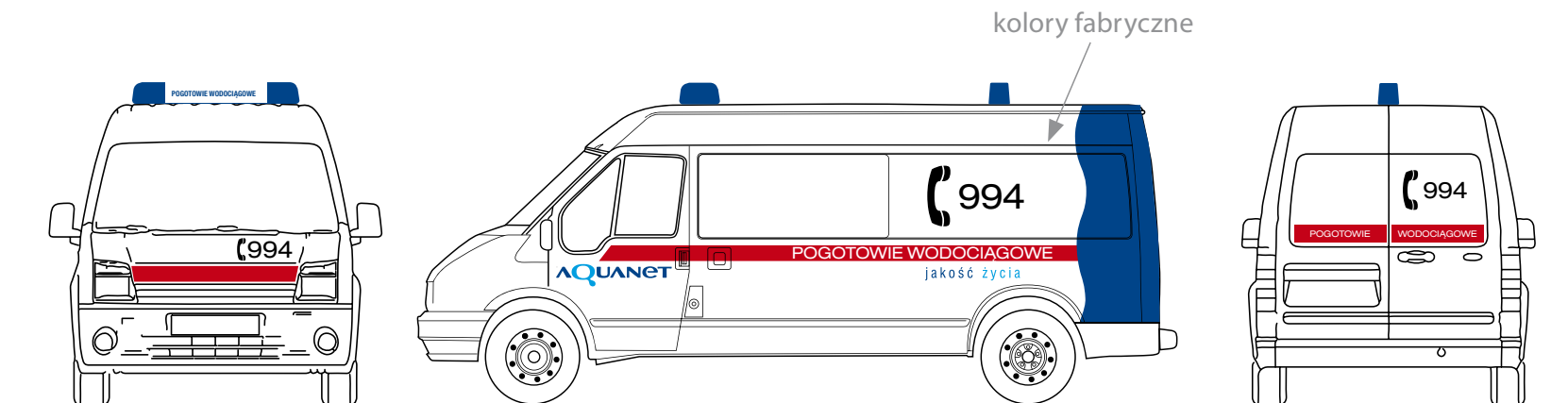
Istnieje możliwość oklejania samochodów Spółki zgodnie z layoutem prowadzonych kampanii reklamowych.

Oklejenia okolicznościowego nie stosuje się na samochodach pogotowia wykorzystywanych w Spółce.



Samochody (4/4)

Samochód pogotowia



05 • MATERIAŁY PROMOCYJNE

Zdjęcia w układzie kompozycyjnym (1/2)

Zdjęcia w materiałach Aquanetu dobieramy tak, by harmonizowały kolorystycznie z kontekstem layoutu, w którym zostały osadzone.

W przypadku folderów pomiędzy zdjęciem, a krawędzią formatu, zawsze pozostawiamy margines. W przypadku billboardów i plakatów należy umieszczać materiał zdjęciowy „na spad”, przystawiając zdjęcie do krawędzi formatu publikacji - tak, by zajmowało całą szerokość dostępnej powierzchni.

Miejsce zdjęcia w układzie kompozycyjnym okładki i wnętrza folderów określają szczegółowe informacje na oddzielnych kartach CI.

W przypadku billboardu należy pamiętać o dobraniu zdjęcia z myślą o umieszczeniu na nim prostokącie zawierającym informację tekstową. Oba te elementy nie powinny sobie nawzajem przeszkadzać, np. prostokąt z tekstem nie powinien przesłonić kluczowych motywów zdjęcia. Fotografia na billboardzie, podobnie jak na plakacie, zajmuje pełną szerokość formatu.



Zdjęcie na billboardzie.

Zdjęcia w układzie kompozycyjnym (2/2)

PRZYKŁADY NIEPRAWIDŁOWEGO UMIĘJSCOWIENIA

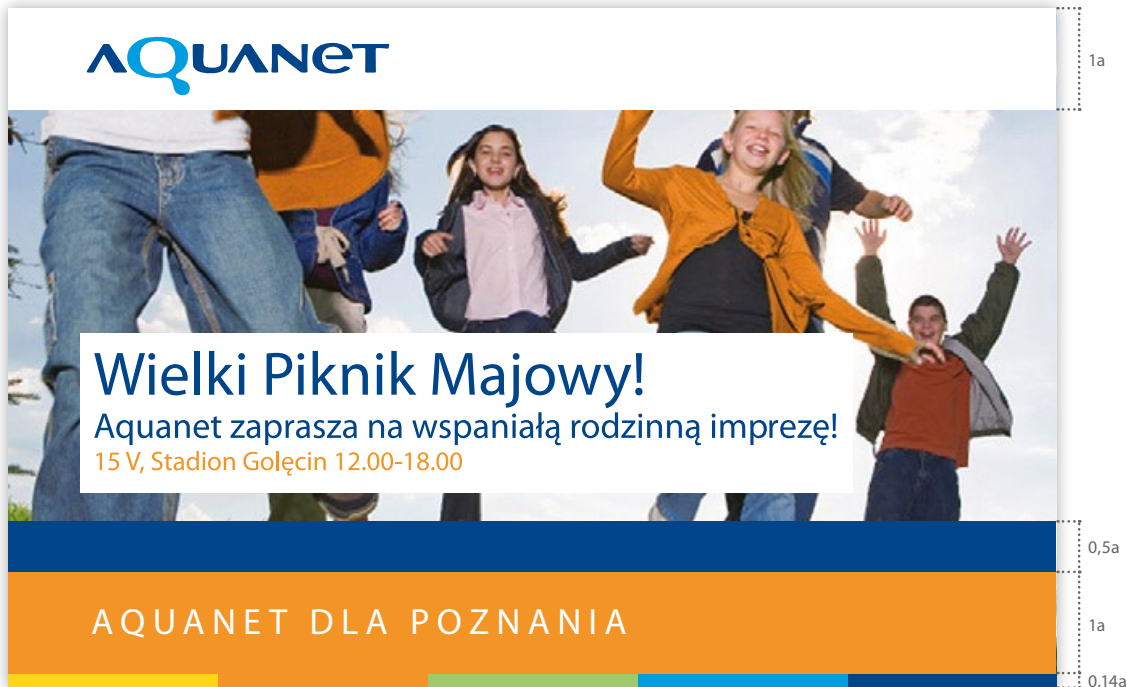
Billboard: zdjęcie zostało nieprawidłowo pomniejszone, co zakłóca cały układ kompozycyjny.



Billboard

Hasło na billboardzie umieszczamy w białym prostokącie, na tle zdjęcia. Zdjęcie zajmuje pełną szerokość formatu. Kolorystyka całości musi być zgodna z wybranym kodem kolorystycznym.

Zgodnie z prezentowanym przykładem pasek barwny w billboardach ma wysokość równą 0,14 podstawowej jednostki proporcji „a”. Do wysokości paska widocznej w formacie netto billboardu, w materiale produkcyjnym dodajemy konieczne w danym przypadku spadki.

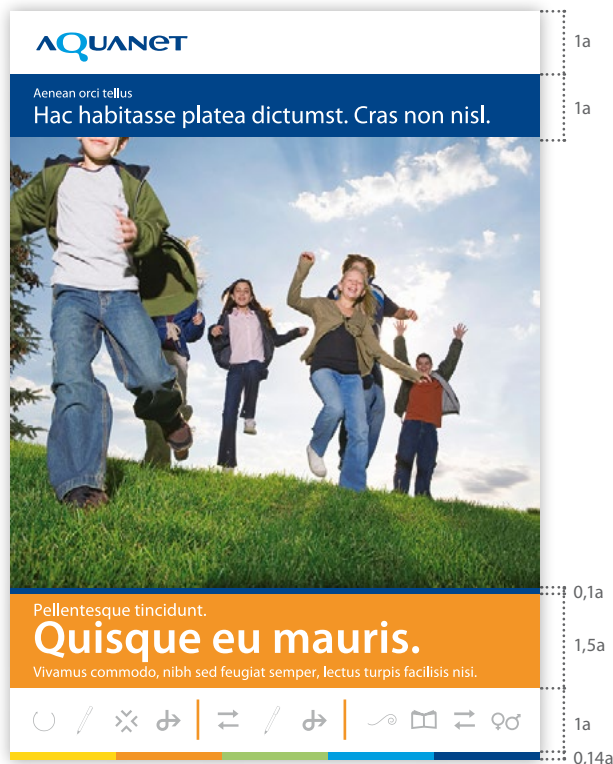


Plakat

Przy projektowaniu plakatu na podstawie przedstawnego przykładu należy pamiętać o białym pasie u dołu kompozycji, stanowiącym pole przeznaczone do umieszczenia na nim logotypów, np. sponsorów. W przypadku braku logotypów sponsorów, nie stosujemy białego pasa. Oba przypadki ukazane są na ilustracjach obok.

Zdjęcie zajmuje pełną szerokość formatu. Kolorystyka musi być zgodna z wybranym kodem kolorystycznym.

Pasek barwny plakatów w formacie A4 ma wysokość 3,5 mm. Dla pozostałych formatów obliczamy tę wartość przez proporcję.



Okładki folderów

Okładka folderu składa się z trzech zasadniczych części: nagłówka, części środkowej oraz stopki.

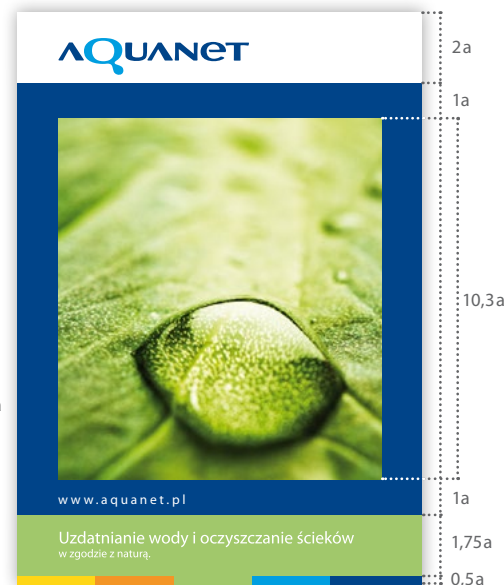
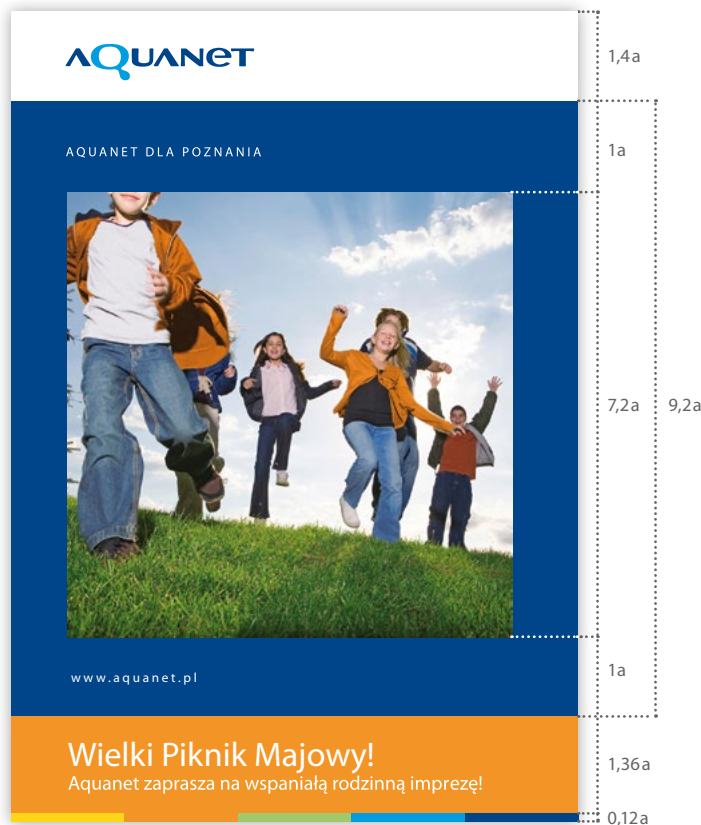
W białym nagłówku umieszczamy logo Aquanetu. Środek układu jest miejscem na (otoczone marginesami) zdjęcie wizunkowe.

Powyżej i poniżej zdjęcia można umieścić krótkie informacje tekstowe. U góry - np. oznaczenie kategorii merytorycznej publikacji, a poniżej fotografii najlepiej - adres internetowy witryny Aquanetu.

Stopka zbudowana jest z pasa w kolorze charakterystycznym dla danego kodu kolorystycznego i paska barwnego, przedstawiającego pełne spektrum palety kolorystycznej Aquanetu. Pas barwny wskazuje zatem bezpośrednio na rodzaj treści, jakie zawiera folder.

Schemat ten jest wzorcową konstrukcją kompozycyjno-kolorystyczną, na której bazuje większość projektów innych materiałów Aquanetu (np. billboard, plakat; pośrednio także koperty, listowniki czy pylony informacyjne).

Wysokość paska barwnego na okładkach folderów w formacie A4 i A5 wynosi 3 mm.



Ogłoszenia prasowe (1/2)

Ogłoszenia prasowe Aquanetu projektujemy wykorzystując paletę barwną Aquanetu. Kod kolorystyczny dobieramy do treści merytorycznej ogłoszenia. Umieszczenie logo jest zgodne z ogólnymi ustaleniami. Stosujemy czcionkę reklamową Myriad Pro. Obligatoryjnie umieszczamy u dołu pasek barwny. W przypadku zastosowania zdjęć umieszczamy jedną lub dwie fotografie. Przy wyborze dwóch fotografii, jedno ze zdjęć musi zdecydowanie dominować w układzie. Kolorystyka tekstu może być kombinowana - dopuszczalny jest tekst granatowy, biały lub żółty, ale zawsze na tle gwarantującym dostateczną czytelność niewielkiego fontu. Jego konkretną wielkość dobieramy przewidując ilość miejsca jakim dysponujemy. Czcionka wielkości 6 pkt. jest wymagany minimum w każdym przypadku. Tabele z danymi prezentujemy w czerni, na białym tle. W ten sposób najłatwiej jest zachować czytelność materiału, który w tej części powinien być pozbawiony wszelkich elementów ozdobnych.

Wysokość paska barwnego w ogłoszeniach prasowych: dla ogłoszeń modułowych - 2 mm, dla większych ogłoszeń (np. o wysokości formatu A4): od 2 do 4 mm.



Aquanet jest polską firmą wodociągowo - kanalizacyjną, której właścicielem jest miasto Poznań, okoliczne gminy i pracownicy.

Nieodłączny element strategii realizowanej przez Aquanet stanowi rozwój firmy w zakresie pozyskiwania nowych rynków wodociągowo - kanalizacyjnych nie tylko na terenie Wielkopolski, ale również całego kraju.


Aquanet zaopatruje w wodę oraz odbiera ścieki od mieszkańców Poznania oraz okolicznych gmin, tj. Lubonia, Swarzędza, Puszczkowiak, Mosiny, mrowanej Gósliny, Czerwonaka, Kórnik, Brodnicy i Suchego Lasu. Ponadto Aquanet dostarcza hurtowo wodę do gmin: Rokietnica, Tarnowa Podgórnego, Dopiewa, Komorniki i Kleszczewo. Z naszych usług korzysta łącznie 755 tysięcy mieszkańców.

Lozem ipsum porttitor quis.

Integer ornare. Morbi nibh sem, sagittis id, porttitor quis, facilisis scelerisque, diam.

Siedziba Spółki:

ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań
tel. 061 8359 100
www.aquanet.pl
e-mail: klient@aquanet.pl



Zaopatrujemy w wodę 755 tysięcy mieszkańców Poznania oraz okolicznych gmin: Lubonia, Puszczkowiak, Mosiny, Swarzędza, Czerwonaka, Suchego Lasu, Rokietnicy, Tarnowa Podgórnego, Dopiewa, Kórnik i Mrowanej Gósliny.

1.	Bakterie grupy Coli typu kałowego	liczba/100ml	0	0	0	0	0
2.	Bakterie grupy Coli	liczba/100ml	0	0	0	0	0
3.	Ogólna liczba bakterii w 36°C	liczba/1ml	1	1	1	50	niemierzona
4.	Ogólna liczba bakterii w 22°C	liczba/1ml	4	1	0	100	Brak nieuczestniczących zmian
PARAMETRY FIZYCZNO-CHEMICZNE							
1.	ARSEN	mg/l	0,002	0,001	<0,001	0,010	0,010
2.	AZOTANY	mg/l	8,9	8,7	2,5	50	50
3.	BARWA	mg/l	5	5	2,5	15	akceptowana przez konsumenta i bez nieuczestniczących zmian
4.	CYANKI	mg/l	<0,002	<0,002	<0,002	0,050	0,050
5.	CYNK	mg/l	0,001	0,003	0,007	niemierzony	niemierzony
6.	FLUORKI	mg/l	0,20	0,21	0,34	1,5	1,5
7.	MAGNEZ	mg/l	10	13	16	30-125*	niemierzony
8.	MANGAN	mg/l	0,007	0,014	<0,005	0,050	0,050
9.	NIEOD	mg/l	0,002	0,003	0,001	2,0	2,0
10.	OLÓW	mg/l	<0,001	<0,001	<0,001	0,025	0,010
11.	ODCZYNNIKI		7,6	7,2	7,7	6,5-9,5	6,5-9,5
12.	RTĘĆ	mg/l	<0,0001	<0,0001	<0,0001	0,001	0,001
13.	SIARCZANY	mg/l	94	134	32	250	250
14.	CIĘŻAROWOŚĆ OGÓLNA CaO 3 (tł)	mg/l	280(16)	340(19)	300(17)	60-500(3,4-28)**	Niemierzona
15.	ŻELAZO	mg/l	<0,040	0,054	<0,040	0,200	0,200

Zaopatrujemy w wodę 755 tysięcy mieszkańców Poznania oraz okolicznych gmin: Lubonia, Puszczkowiak, Mosiny, Swarzędza, Czerwonaka, Suchego Lasu, Rokietnicy, Tarnowa Podgórnego, Dopiewa, Kórnik i Mrowanej Gósliny. Zaopatrujemy w wodę 755 tysięcy mieszkańców Poznania oraz okolicznych gmin: Lubonia, Puszczkowiak, Mosiny, Swarzędza, Czerwonaka, Suchego Lasu, Rokietnicy, Tarnowa Podgórnego, Dopiewa, Kórnik i Mrowanej Gósliny.

ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań, tel. 061 8359 100, fax 061 8359 012
www.aquanet.pl, e-mail: info@aquanet.pl

Ogłoszenia prasowe (2/2) OGŁOSZENIA W SKALI SZAROŚCI

Tam, gdzie ze względów technicznych, bądź ekonomicznych wskazane jest publikowanie ogłoszenia w skali szarości, posługujemy się procentowymi ujęciami czerni, w celu odwzorowania relacji tonalnych pomiędzy poszczególnymi elementami layoutu w wersji pełnokolorowej. Granatowi - barwie wiodącej Aquanetu - w logotypie odpowiadać będzie 90% czarnego. Pozostałe zamienniki definiuje pasek barwny w skali szarości (patrz: „pasek barwny”, dział 01. Wizerunek Spółki).

Wysokości paska barwnego w ogłoszeniach prasowych: dla ogłoszeń modułowych - 2 mm, dla większych ogłoszeń (np. o wysokości formatu A4): od 2 do 4 mm.

AQUANET

Zaopatrujemy w wodę 755 tysięcy mieszkańców Poznania oraz okolicznych gmin: Lubonia, Puszczkowska, Mosiny, Swarzędza, Czerwonaka, Suchego Lasu, Rokietnicy, Tarnowa Podgórnego, Dopiewa, Kórnik i Murowaney Gośliny.

1.	Bakterie grupy Coli typu kałowego	liczba/100ml	0	0	0	0	0
2.	Bakterie grupy Coli	liczba/100ml	0	0	0	0	0
3.	Ogólna liczba bakterii w 36 o.c.	liczba/ml	1	1	1	50	nienormowana
4.	Ogólna liczba bakterii w 22 o.c.	liczba/ml	4	1	0	100	Brak niesnaturalnych zmian
PARAMETRY FIZYCZNO-CHEMICZNE							
1.	ARSEN	mg/l	0,002	0,001	<0,001	0,010	0,010
2.	AZOTANY	mg/l	8,9	8,7	2,5	50	50
3.	BARWA	mg/l	5	5	2,5	15	akceptowana przez komisję i bez niesnaturalnych zmian
4.	CYANKA	mg/l	<0,002	<0,002	<0,002	0,050	0,050
5.	CYNK	mg/l	0,001	0,003	0,007	nienormowany	nienormowany
6.	FLUORNI	mg/l	0,20	0,21	0,34	1,5	1,5
7.	MAGNEZ	mg/l	10	13	16	30-125*	nienormowany
8.	MANGAN	mg/l	0,007	0,014	<0,005	0,050	0,050
9.	MIEDŹ	mg/l	0,002	0,003	0,001	2,0	2,0
10.	OŁÓW	mg/l	<0,001	<0,001	<0,001	0,025	0,010
11.	ODCZYNNI		7,6	7,2	7,7	6,5-9,5	6,5-9,5
12.	RTĘĆ	mg/l	<0,0001	<0,0001	<0,0001	0,001	0,001
13.	SILIKI	mg/l	94	134	32	250	250
14.	TWARDZOŚĆ OGÓLNA CaCO ₃ (mg/l)	mg/l	280(16)	340(19)	300(17)	60-500(3,4-28)**	Nienormowana
15.	ŻELAZO	mg/l	<0,040	0,054	<0,040	0,200	0,200

Zaopatrujemy w wodę 755 tysięcy mieszkańców Poznania oraz okolicznych gmin: Lubonia, dsd, Puszczkowska, Mosiny, Swarzędza, Czerwonaka, Suchego Lasu, Rokietnicy, Tarnowa Podgórnego, Dopiewa, Kórnik i Murowaney Gośliny. Zaopatrujemy w wodę 755 tysięcy mieszkańców Poznania oraz okolicznych gmin: Lubonia, Puszczkowska, dsd, Mosiny, Swarzędza, Czerwonaka, Suchego Lasu, Rokietnicy, Tarnowa Podgórnego, Dopiewa, Kórnik i Murowaney Gośliny.

ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań, tel. 61 8359 100, fax 61 8359 012
www.aquanet.pl, e-mail: info@aquanet.pl

AQUANET

Inspektor ds. sprzedaży

Nr referencyjny: HU/08

OSOBA NA TYM STANOWISKU ODPOWIEDZIALNA BĘDZIE ZA:
nadzór i kierowanie bieżącymi i nowymi projektami w zakresie usług dodatkowych oferowanych klientom. Ponadto, będzie inicjować i przeprowadzać spotkania z klientami oraz przygotowywać oferty, m.in. dotyczące udziału Spółki w postępowaniach przetargowych.

OD OSÓB ZAINTERESOWANYCH PRACĄ NA TYM STANOWISKU OCZEKUJEMY:

- wykształcenia wyższego (mile widziane wykształcenie wyższe techniczne);
- min. rocznego doświadczenia zawodowego na stanowisku związanym ze sprzedażą lub obsługą klienta (preferowane doświadczenie w branży technicznej);
- komunikatywności, samodzielności, odpowiedzialności;
- prawa jazdy kat. B;

NASZYM PRACOWNIKOM OFERUJEMY:

możliwość rozwoju zawodowego – specjalistyczne szkolenia;
prywatną opiekę medyczną;
stabilizację zatrudnienia;
dobre warunki socjalne.

Osoby zainteresowane spełniające powyższe wymagania prosimy o przesłanie do CV wraz z listem motywacyjnym (z zaznaczonym numerem referencyjnym) na adres: AQUANET S.A., Dział Zarządzania Zasobami Ludzkimi; ul. Dolna Wilda 126, 61-492, Poznań lub e-mail: rekrutacja@aquanet.pl

Prosimy o zamieszczenie i podpisanie klauzuli: "Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych zawartych w mojej ofercie pracy dla potrzeb procesu rekrutacji (zgodnie z Ustawą o Ochronie Danych Osobowych z dn. 29.08.97 r., Dz. U. Nr 133 poz. 883)".

Skontaktujemy się tylko z wybranymi osobami.

Oferty prosimy składać osobiście w siedzibie firmy bądź przesłać na poniższy adres mailowy rekrutacja@aquanet.pl

* W rankingu Złote Firmy Wielkopolski opublikowanym w roku 2007 uzyskaliśmy tytuły:
"Przyjazny Pracodawca" oraz "Złoty inwestor".

ul. Dolna Wilda 126, 61-492 Poznań, tel. 61 8359 100, fax 61 8359 012
www.aquanet.pl, e-mail: info@aquanet.pl

Teczka

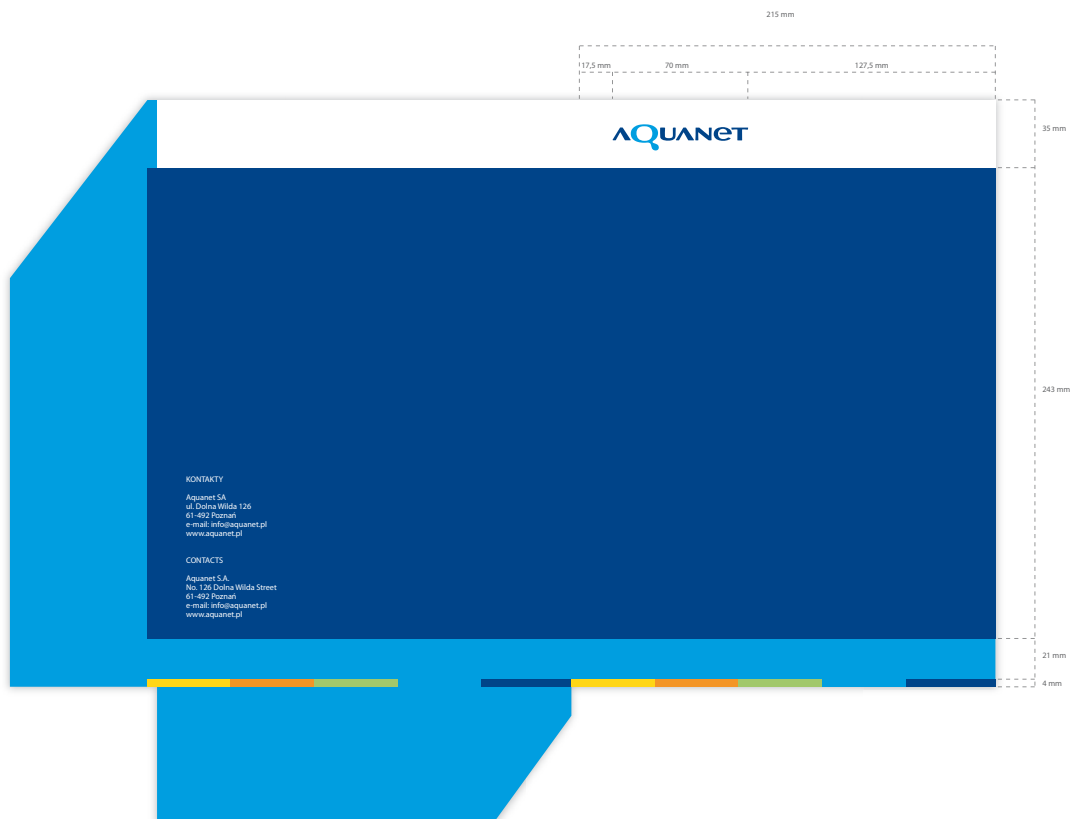
Teczka standardowa

Teczka posiada nagłówek zawierający logo, apłę granatową (barwy podstawowej Aquanetu) oraz cyjanową belkę i pasek barwny w dolnej części układu. Na rewersie teczeki, na granatowym tle, umieszczamy podstawowe dane teleadresowe przedsiębiorstwa. Skrzydełka teczeki są cyjanowe. Pasek barwny ma wysokość 4 mm.

Możliwe jest zastosowanie belki żółtej, pomarańczowej lub zielonej zgodnie z charakterystyką kodu kolorystycznego.

Teczka okolicznościowa

W Spółce mogą być produkowane teczeki okolicznościowe, których wzór nie jest zawarty w CI.



Teczka biznesowa

Wzór teczki biznesowej przygotowany jest zgodnie z pozostałymi elementami wizerunkowymi i z uwzględnieniem różnic podkreślających ich odrębny, biznesowy charakter. Posiada nagłówek zawierający logo, aplę metalizowanego koloru PANTONE 8180 oraz pasek barwny w wersji kolorowej. Na rewersie teczki umieszczamy podstawowe dane teleadresowe przedsiębiorstwa. Skrzydełka teczki są białe.

Pasek barwny ma szerokość 4 mm.



Banery i flagi masztowe

W prezentowanej kompozycji banera można dodatkowo umieścić tekst hasła reklamowego. W takim przypadku należy zastosować zasady dotyczące pola ochronnego logo oraz krojów czcionek firmowych.

W szczególnie uzasadnionych przypadkach (np. baner o powierzchni powyżej 15 m²) dozwolone jest umieszczanie banera w pozycji pionowej. Grafika na banerze może być naniesiona metodą druku cyfrowego, sitodruku lub wyklejenia folią samoprzylepną. Grafikę możemy umieszczać na następujących podłożach: winyl wzmacniany, siatka winylowa, tkanina banerowa PCV. Baner nie został zwymiarowany i może być powiększany i pomniejszany bez ograniczeń. Sugerujemy jednak pomniejszanie do szerokości nie mniejszej niż trzy metry.



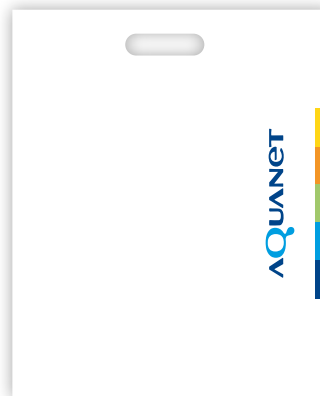
Przykładowe gadżety TORBY I KUBKI

Wymiary toreb, jak i materiał z jakiego zostaną wykonane, są dowolne. Zaleca się realizację jednego z prezentowanych układów logo i paska barwnego.

Kolorystyka zgodna z ogólnymi zasadami Aquanetu.

Bezwzględnie wymagane jest umieszczanie logo Aquanet. Dopuszcza się nienanoszenie paska barwnego ze względów ekonomicznych lub np. kompozycyjnych (np., kolorowe tło).

Dopuszcza się wykorzystywanie innych sposobów znakowania na gadżetach, adekwatnie do formy i kształtu docelowego produktu. W każdorazowym takim przypadku konieczna jest konsultacja z Działem Marketingu.

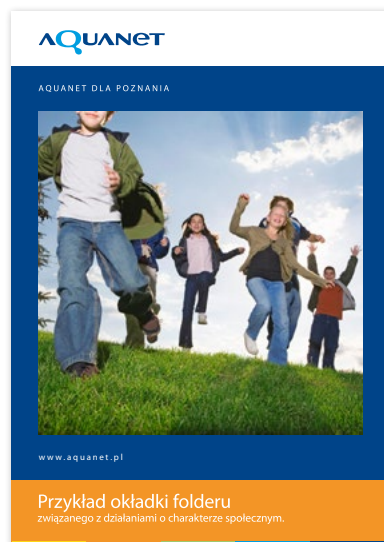


06 • FOLDERY

Foldery - kolorystyka

Foldery występują w czterech odmianach kolorystycznych, zależnie od rodzaju informacji jakie zawierają. Treść folderów żółtych dotyczy relacji z klientem, pomarańczowych - działań o charakterze społecznym (np. akcje edukacyjne czy festyny), zielonych - ekologii, niebieskich - spraw związanych z infrastrukturą.

W związku z tym, folder z danej kategorii tematycznej eksponuje zawsze jeden z kolorów paska barwnego Aquanetu. Ilustrują to zamieszczone obok przykłady okładek folderów w formacie A4.



Folder A4 OKŁADKA

Schemat okładki folderu, jako jeden z wzorcowych layoutów został omówiony na osobnej karcie (patrz: okładki folderów, dział 05. Materiały promocyjne).



Folder A4 KRÓJ PISMA - OKŁADKA

dane teleadresowe
Myriad Pro Regular, 11 pkt.,
kerning optyczny,
interlinia 13,2 pkt.
Odstęp pomiędzy stopkami
językowymi stanowi dwu-
krotną odległość pomiędzy
nagłówkiem, a adresem.



AQUANET

AQUANET

EKOLOGIA AQUANET



www.aquanet.pl

Uzdatnianie wody i oczyszczanie ścieków
w zgodzie z naturą.

• **nagłówek pomocniczy**
Myriad Pro Semibold, 14 pkt.,
kerning optyczny,
interlinia 37,2 pkt.,
światło międzyliterowe 170,
majuskuły

• **adres strony internetowej**
Myriad Pro Semibold, 14 pkt.,
kerning optyczny,
interlinia 37,2 pkt.,
światło międzyliterowe 170

• **tytuł folderu**
kerning optyczny, interlinia 37,2 pkt.,
wiersz pierwszy: Myriad Pro Regular, 31 pkt.,
wiersz drugi: Myriad Pro Regular, 18 pkt.

Folder A4 KRÓJ PISMA - STRONY WEWNĘTRZNE

nagłówek mocny
Myriad Pro Bold, 30 pkt.
kerning optyczny

nagłówek standardowy
Myriad Pro Semibold, 16 pkt.
kerning optyczny

tekst ciągły
Myriad Pro Regular lub Bold, 11 pkt.
kerning optyczny, interlinia 13,2 pkt.



Nullam malesuada.

Praesent vel tellus.

Praesent viverra. Mauris ultrices metus eget sem. Aliquam elementum tristique orci. Nulla et leo sed sem dapibus suscipit. Pellentesque neque tortor, euismod a, placerat ac, eleifend vestibulum, arcu. Nullam eleifend turpis pretium neque. Nullam a enim. Proin facilisis. Integer aliquam. Nulla bibendum egestas dui. Duis eros. Suspendisse euismod tristique arcu. Fusce dolor. Duis et sem eget justo facilisis convallis. Nulla vitae libero. Quisque aliquam mi at eros.

Nam risus massa, placerat id, porta et, diam. Quisque aliquam lectus aliquet lorem. Donec porta dictum quam.

Sed commodo, leo non tristique elementum.

Sed tincidunt. Vestibulum blandit mi sed eros. Pellentesque vulputate nunc ut felis. Phasellus consequat elementum leo. Nam sit amet ipsum pharetra felis fermentum pharetra. Integer nec nisi id mi blandit scelerisque. Donec at augue.

Sed commodo, leo non tristique elementum.

Ligula enim scelerisque odio, sed ullamcorper leo risus a erat. Nulla lectus velit, vulputate vitae, accumsan ac, malesuada sit amet, eros. Nam diam. Aenean molestie. Etiam nisi. Curabitur sed risus. Pellentesque iaculis, lectus sed dignissim auctor, sem arcu pretium quam, vel vulputate urna arcu ut purus. Maecenas id dui. Suspendisse at nunc.

Nulla ac mauris. Nulla pulvinar purus ut nunc. Curabitur condimentum orci eu massa. Nullam a odio et erat gravida ultrices. Duis turpis. Morbi eleifend fringilla massa. Nam tempus pede nec purus luctus molestie. In ac mi vel arcu varius euismod.

Praesent vel tellus.

Praesent viverra. Mauris ultrices metus eget sem. Aliquam elementum tristique orci. Nulla et leo sed sem dapibus suscipit. Pellentesque neque tortor, euismod a, placerat ac, eleifend vestibulum, arcu. Nullam eleifend turpis pretium neque. Nullam a enim. Proin facilisis. Integer aliquam. Nulla bibendum egestas dui. Duis eros. Suspendisse euismod tristique arcu. Fusce dolor. Duis et sem eget justo facilisis convallis. Nulla vitae libero. Quisque aliquam mi at eros.

Fusce id purus nec enim condimentum auctor. Sed pretium metus ut urna. Praesent tempus. Maecenas blandit. Sed ut dolor. Curabitur pede. Morbi sodales est a quam. Vestibulum imperdiet libero non diam. Quisque tellus. Aenean ultrices quam eget elit. Curabitur eget libero. Morbi metus elit, scelerisque ut, convallis vitae, rutrum ac, pede. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed pellentesque, lorem in sodales placerat, neque turpis imperdiet metus, mollis lobortis magna ipsum porttitor ipsum. Etiam laoreet, dolor nec condimentum vestibulum, purus nisi vestibulum odio, vitae convallis tortor felis nec libero. Nunc in leo. Nunc ut leo. Sed tempor.

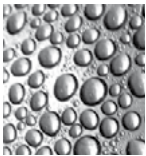


Nullam malesuada.

Praesent vel tellus.

Praesent viverra. Mauris ultrices metus eget sem. Aliquam elementum tristique orci. Nulla et leo sed sem dapibus suscipit. Pellentesque neque tortor, euismod a, placerat ac, eleifend vestibulum, arcu. Nullam eleifend turpis pretium neque. Nullam a enim. Proin facilisis. Integer aliquam. Nulla bibendum egestas dui. Duis eros. Suspendisse euismod tristique arcu. Fusce dolor. Duis et sem eget justo facilisis convallis. Nulla vitae libero. Quisque aliquam mi at eros.

Nam risus massa, placerat id, porta et, diam. Quisque aliquam lectus aliquet lorem. Donec porta dictum quam.



Praesent vel tellus.

Praesent viverra. Mauris ultrices metus eget sem. Aliquam elementum tristique orci. Nulla et leo sed sem dapibus suscipit. Pellentesque neque tortor, euismod a, placerat ac, eleifend vestibulum, arcu. Nullam eleifend turpis pretium neque. Nullam a enim. Proin facilisis. Integer aliquam. Nulla bibendum egestas dui. Duis eros. Suspendisse euismod tristique arcu. Fusce dolor. Duis et sem eget justo facilisis convallis. Nulla vitae libero. Quisque aliquam mi at eros.

Fusce id purus nec enim condimentum auctor. Sed pretium metus ut urna. Praesent tempus. Maecenas blandit. Sed ut dolor. Curabitur pede. Morbi sodales est a quam. Vestibulum imperdiet libero non diam. Quisque tellus. Aenean ultrices quam eget elit. Curabitur eget libero. Morbi metus elit, scelerisque ut, convallis vitae, rutrum ac, pede. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed pellentesque, lorem in sodales placerat, neque turpis imperdiet metus, mollis lobortis magna ipsum porttitor ipsum. Etiam laoreet, dolor nec condimentum vestibulum, purus nisi vestibulum odio, vitae convallis tortor felis nec libero. Nunc in leo. Nunc ut leo. Sed tempor.

Folder A5 OKŁADKA

Schemat okładki folderu A5 jest bardzo podobny do wcześniej opisanej okładki w formacie A4. Jedyna różnica polega na tym, że margines na tylnej stronie okładki wynosi 7,5 mm (połowę szerokości marginesu w formacie A4). Wielkość czcionki napisów na okładce pozostaje taka, jak w formacie A4. Podobnie jak wymiary logo i wysokości pasków w dolnej części układu. Krój tekstu: Myriad Pro.



Folder A5 KRÓJ PISMA - OKŁADKA

dane teleadresowe

Myriad Pro Regular, 11 pkt.,
kerning optyczny,
interlinia 13,2 pkt.

Odstęp pomiędzy stopkami
językowymi stanowi dwu-
krotną odległość pomiędzy
nagłówkiem, a adresem.

AQUANET

Aquanet SA
ul. Dolna Wilda 126
61-492 Poznań
e-mail: info@aquanet.pl
www.aquanet.pl

Aquanet S.A.
No. 126 Dolna Wilda Street
61-492 Poznań
e-mail: info@aquanet.pl
www.aquanet.pl

AQUANET

INFRASTRUKTURA SIECI AQUANET



www.aquanet.pl

Modernizacja fontanny miejskiej
w Parku Adama Mickiewicza w Poznaniu.

nagłówek pomocniczy

Myriad Pro Semibold, 14 pkt.,
kerning optyczny,
interlinia 37,2 pkt.,
światło międzyliterowe 170,
majuskuły

adres strony internetowej

Myriad Pro Semibold, 14 pkt.,
kerning optyczny,
interlinia 37,2 pkt.,
światło międzyliterowe 170

tytuł folderu

kerning optyczny, interlinia 37,2 pkt.,
wiersz pierwszy: Myriad Pro Regular, 18 pkt.,
wiersz drugi: Myriad Pro Regular, 12 pkt.

Folder A5 KRÓJ PISMA - STRONY WEWNĘTRZNE

nagłówek mocny
Myriad Pro Bold, 28 pkt.
kerning optyczny

nagłówek standardowy
Myriad Pro Semibold, 14 pkt.
kerning optyczny

tekst ciągły
Myriad Pro Regular lub Bold, 10 pkt.
kerning optyczny, interlinia 12 pkt.



Nullam malesuada.

Praesent vel tellus.

Praesent viverra. Mauris ultrices metus eget sem. Aliquam elementum tristique orci. Nulla et leo sed sem dapibus suscipit. Pellentesque neque tortor, euismod a, placerat ac, eleifend vestibulum, arcu. Nullam eleifend turpis pretium neque. Nullam a enim. Proin facilisis. Integer aliquam. Nulla bibendum egestas dui. Duis eros. Suspendisse euismod tristique arcu. Fusce dolor. Duis et sem eget justo facilisis convallis.

Sed commodo, leo non tristique elementum.

Sed tincidunt. Vestibulum blandit mi sed eros. Pellentesque vulputate nunc ut felis. Phasellus consequat elementum leo. Nam sit amet ipsum pharetra felis fermentum pharetra. Integer nec nisi id mi blandit scelerisque. Donec at augue.

Praesent vel tellus.

Praesent viverra. Mauris ultrices metus eget sem. Aliquam elementum tristique orci. Nulla et leo sed sem dapibus suscipit. Pellentesque neque tortor, euismod a, placerat ac, eleifend vestibulum, arcu. Nullam eleifend turpis pretium neque. Nullam a enim. Proin facilisis. Integer aliquam. Nulla bibendum egestas dui. Duis eros. Suspendisse euismod tristique arcu. Fusce dolor. Duis et sem eget justo facilisis convallis. Nulla vitae libero. Quisque aliquam mi at eros.

Fusce id purus nec enim condimentum auctor. Sed pretium metus ut urna. Praesent tempus. Maecenas blandit. Sed ut dolor. Curabitur pede. Morbi sodales est a quam. Vestibulum imperdiet libero non diam. Quisque tellus. Aenean ultrices quam eget elit. Curabitur eget libero. Morbi metus elit, scelerisque ut, convallis vitae, rutrum ac, pede. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



Nullam malesuada.

Praesent vel tellus.

Praesent viverra. Mauris ultrices metus eget sem. Aliquam elementum tristique orci. Nulla et leo sed sem dapibus suscipit. Pellentesque neque tortor, euismod a, placerat ac, eleifend vestibulum, arcu. Nullam eleifend turpis pretium neque. Nullam a enim. Proin facilisis. Integer aliquam. Nulla bibendum egestas dui. Duis eros. Suspendisse euismod tristique arcu. Fusce dolor. Duis et sem eget justo facilisis convallis. Nulla vitae libero. Quisque aliquam mi at eros.

Nam risus massa, placerat id, porta et, egestas at, diam. Quisque aliquam lectus aliquet lorem. Donec porta dictum quam.



Praesent vel tellus.

Praesent viverra. Mauris ultrices metus eget sem. Aliquam elementum tristique orci. Nulla et leo sed sem dapibus suscipit. Pellentesque neque tortor, euismod a, placerat ac, eleifend vestibulum, arcu. Nullam eleifend turpis pretium neque. Nullam a enim. Proin facilisis. Integer aliquam. Nulla bibendum egestas dui. Duis eros. Suspendisse euismod tristique arcu. Fusce dolor. Duis et sem eget justo facilisis convallis. Nulla vitae libero. Quisque aliquam mi at eros. Duis et sem eget justo facilisis justos.

07. AKCJA EDUKACYJNA „PLUSK”

Emblemat Akcji Edukacyjnej „PLUSK” (1/2)

Dbając o odpowiedni poziom wiedzy z zakresu ekologii wśród dzieci i młodzieży, Aquanet realizuje Akcję Edukacyjną „PLUSK”, która ma na celu poszerzenie zakresu informacji oraz zwiększenie świadomości ekologicznej.

Bohaterem całego przedsięwzięcia jest sympatyczny bóbr o imieniu Plusk. Jego wizerunek wykorzystywany jest na materiałach związanych z akcją oraz na gadżetach promocyjnych.

Zwierzę to występuje jedynie na terenach, gdzie woda w rzekach jest czysta i dlatego doskonale symbolizuje ideę akcji. Bóbr pomaga w edukacji młodych ludzi podczas wycieczek po terenie Aquanetu, specjalnych lekcji organizowanych w szkołach oraz konkursów ekologicznych dla dzieci ze szkół podstawowych i gimnazjalnych.

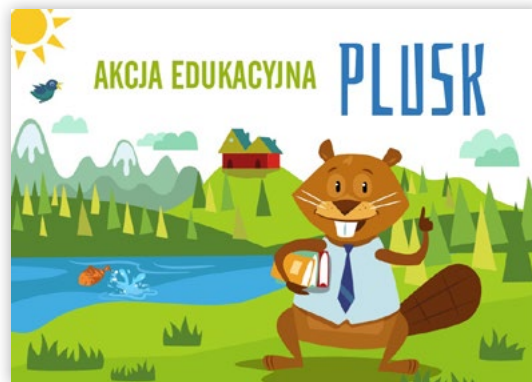
AKCJA EDUKACYJNA **PLUSK**



Emblemat Akcji Edukacyjnej „PLUSK” (2/2)

Motyw graficzny wykorzystywany w materiałach dotyczących Akcji Edukacyjnej PLUSK ma zawierać wizerunek postaci bobra Pluska (w jednej z wersji pełnokolorowych lub w formie szkicu) oraz hasło „Akcja Edukacyjna PLUSK”. Postać bobra Pluska może występować także na kolorowym tle. Postać bobra Pluska może być wykorzystywana przez Spółkę również w ramach innych kampanii informacyjno-edukacyjnych, których grupę docelową stanowią dzieci oraz młodzież.

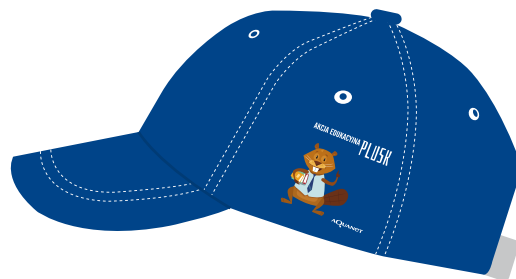
Słowa „Akcja Edukacyjna” piszemy czcionką AlternateGothicNo2EU-Normal (CMYK 50 / 10 / 100 / 0), słowo „Plusk” czcionką Bahiana (CMYK 85 / 45 / 0 / 0).



Gadżety Akcji Edukacyjnej „PLUSK” (1/2)

Przykładowe gadżety z nadrukiem emblematu Akcji Edukacyjnej „PLUSK”.

Na gadżetach Akcji Edukacyjnej „PLUSK” możemy stosować pasek kolorystyczny, ale nie jest to wymagane. Natomiast zawsze umieszczamy na tych materiałach logo Aquanetu oraz emblemat Akcji Edukacyjnej „PLUSK”.



Gadżety Akcji Edukacyjnej „PLUSK” (2/2)

Przykładowe gadżety z nadrukiem emblematu Akcji Edukacyjnej „PLUSK” - możliwe umieszczenie emblematu na różnych materiałach.



kredki



badzik



piórnik

08 • ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE W SPÓŁCE

Znakowanie zewnętrzne

Znaczenie kolorów stosowanych na pylonach i tablicach

Znakowanie zewnętrzne:



- sieci i obiekty wodociągowe (woda uzdatniona)
- sieci i obiekty uzdatniania wody

kolor NIEBIESKI

ORACAL 52

c100 m40 y0 k0



- sieci i obiekty wody surowej i technologicznej (rzeczna, surowa, technologiczna)

kolor ZIELONY

ORACAL 62

c100 m10 y100 k0



- sieci i obiekty kanalizacyjne/ sieci i obiekty gospodarki osadowej

kolor BRĄZOWY

ORACAL 80

c80 m100 y100 k0



- sieci i instalacje niebezpieczne (gaz palny, chlor, kwasy, zasady, środki żrące) – koniecznie dopisując rodzaj medium – nazwa lub symbol chemiczny

- sieci i obiekty gospodarki biogazowej

- obiekty i magazyny środków żrących i niebezpiecznych

kolor ŻÓŁTY

ORACAL 19

c0 m30 y100 k0



- sieci i obiekty sieci ciepłej (co, cwu)

- kotłownie, węzły ciepłne

kolor POMARAŃCZOWY

ORACAL 36

c0 m70 y100 k0



- sieci i obiekty zw. z siecią sprężonego powietrza

kolor FIOLETOWY

ORACAL 40

c50 m100 y0 k0



- obiekty zawierające: oleje i ciecze palne, węgiel pylisty

- magazyny oleju, cieczy i substancji stałych palnych, węgla pylistego

kolor CZARNY

ORACAL 70

c0 m0 y0 k100



- sieci i obiekty sieci energetycznej

kolor CZERWONY

ORACAL 32

c0 m100 y100 k0



- budynki typowo administracyjne

kolor GRANATOWY

ORACAL 51

c100 m50 y0 k5

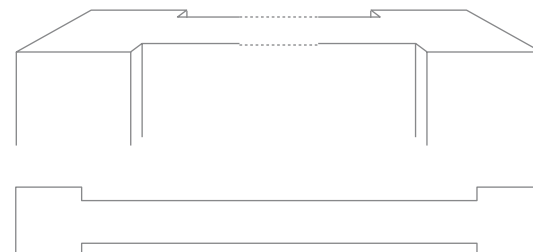
Znakowanie zewnętrzne PYLONY

Pylon wykonany jest z blachy kwasoodpornej (lica oraz C-kształtne boki gięte pod kątem prostym). Konstrukcja pylonu wykonana jest z profili kwasoodpornych. Pylon jest osadzony na podmurówce, wysokość podmurówki wynosi 25 cm.

Napisy i logo Aquanet wykonane z folii samoprzylepnej np. Oracal 49 Ultra Marine Blue (ultramaryna) i 53 (cyjanowy). U dołu pylonu umieszczamy poziomy pas w kolorze podstawowego granatowego Aquanet (Barwa Podstawowa).

Proporcje pylonu (bez podmurówki) wyrażają się w stosunku 1 x 3,2.

Wymiary typowego pylonu wynoszą 100 x 320 cm. Pylon może być też wykonany w formie kasetu podświetlanego.



(rysunek poglądowy)

Znakowanie zewnętrzne PYLONY INFORMACYJNE

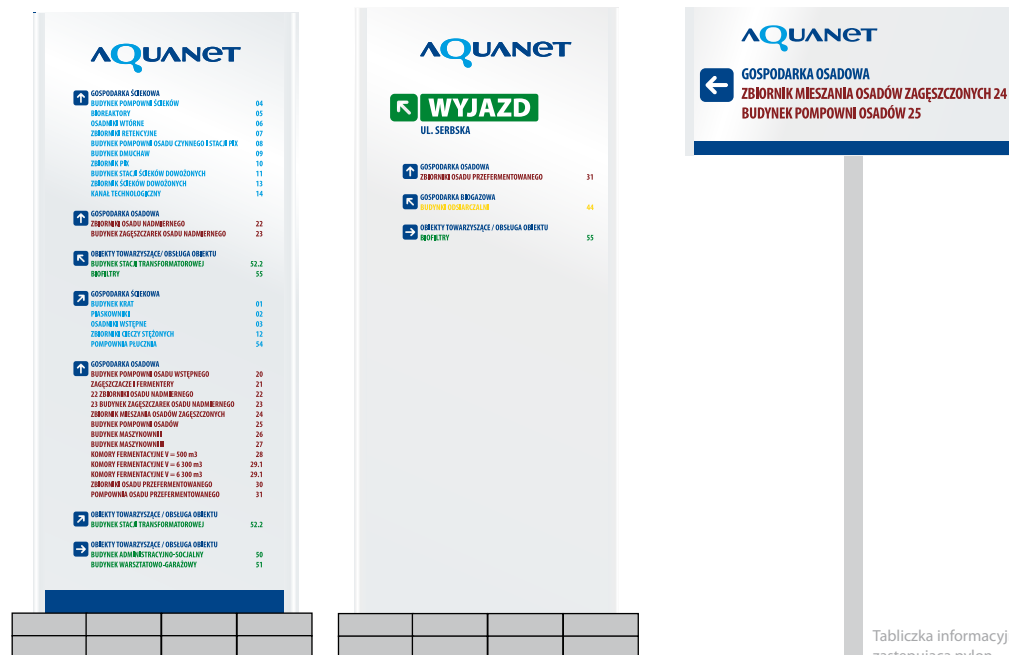
Pylon informacyjny wykonany jest z blachy kwasoodpornej (lica oraz C-kształtne boki gięte pod kątem prostym). Konstrukcja pylonu wykonana z profili kwasoodpornych. Pylon osadzony na podmurówce, wysokość podmurówki wynosi 25 cm. Napisy i logo Aquanet wykonane z folii samoprzylepnej Oracal nalepione są bezpośrednio na blaszaną powierzchnię. Kolorystyka tych elementów zgodna jest z opisami podanymi na karcie dot. znakowania zewnętrznego, zawartej w niniejszym dziale. U dołu pylonu umieszczamy poziomy pas w kolorze podstawowego granatowego Aquanet (Barwa Podstawowa).

Proporcje pylonu (bez podmurówki) wyrażają się w stosunku 3,5 x 8. Wymiary typowego pylonu wynoszą 100 x 228 cm.

W przypadku małej ilości treści tekstowych dopuszczalne jest zastąpienie pylonu tabliczką informacyjną, wykonaną z profili i blachy kwasoodpornej.

Krój czcionki to Myriad Pro Bold Condensed.

Wielkość czcionki uzależniona jest od ilości tekstu na pylonie.



Znakowanie zewnętrzne PYLON Z WYŚWIETLACZEM

Pylon wykonany jest z blachy kwasoodpornej (lica oraz C-kształtne boki gięte pod kątem prostym). Konstrukcja pylonu wykonana jest z profili kwasoodpornych.

Logo Aquanet wykonane z folii samoprzylepnej Oracal 49 Ultra Marine Blue (ultramaryna) i 53 (cyjanowy). U dołu pylonu umieszczamy poziomy pas w kolorze podstawowego granatowego Aquanet (Barwa Podstawowa).

Proporcje pylonu wyrażają się w stosunku $A=1 \times B=3,2$.

Wymiary pylonu wynoszą 100 x 320 cm.

Pylon może być wykonany w formie kasetonu podświetlanego.



Znakowanie zewnętrzne DROGOWSKAZ

Chcąc ułatwić dojazd do obiektów Aquanet, możemy posłużyć się drogowskazem wykonanym z blachy kwasoodpornej. Układ graficzny według przykładu.

Rozmiary drogowskazu nie są jednoznacznie określone, gdyż jest to uzależnione od konkretnej lokalizacji.



Znakowanie zewnętrzne TABLICZKI INFORMACYJNE

Format tabliczki: 80 x 15 cm. Blacha kwasoodporna, napis w kolorze granatowym (ORACAL 49). Orientacja pozioma.

Tabliczki informacyjne służą do prezentowania informacji takich jak, głębokość czy pojemność zbiorników.

GŁĘBOKOŚĆ 2,70 - 3,90 m

POJEMNOŚĆ 6 300 m³

Znakowanie zewnętrzne

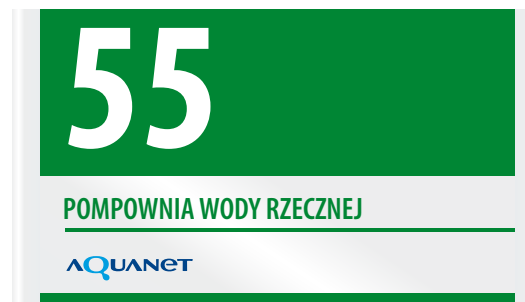
TABLICZKI BUDYNKOWE NA DUŻE OBIEKTY

Tablica w orientacji poziomej.

Format: 80 x 45 cm.

Barwa wyróżniająca daną tabliczkę musi być zgodna z systemem kolorystycznym zastosowanym na pylonach informacyjnych (karta „Znaczenie kolorów stosowanych na pylonach i tablicach”).

Przedstawione tabliczki są tabliczkami przykładowymi.



Znakowanie zewnętrzne

TABLICZKI BUDYNKOWE NA MAŁE OBIEKTY

Tablica w orientacji poziomej.

Format: 80 x 25 cm.

Barwa wyróżniająca daną tabliczkę musi być zgodna z systemem kolorystycznym zastosowanym na pylonach informacyjnych (karta „Znaczenie kolorów stosowanych na pylonach i tablicach”).

Przedstawione tabliczki są tabliczkami przykładowymi.



Znakowanie zewnętrzne

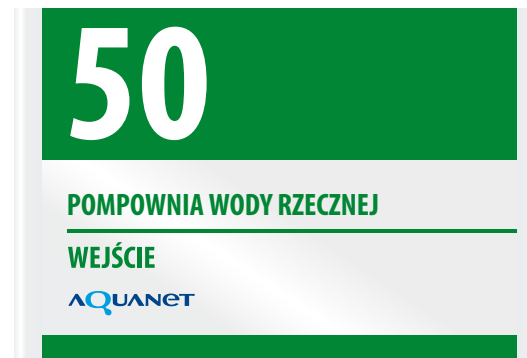
TABLICZKI BUDYNKOWE, PRZYDRZWIOWE

Tablica w orientacji poziomej.

Format: 30 x 20 cm.

Barwa wyróżniająca daną tabliczkę musi być zgodna z systemem kolorystycznym zastosowanym na pylonach informacyjnych (karta „Znaczenie kolorów stosowanych na pylonach i tablicach”).

Przedstawione tabliczki są tabliczkami przykładowymi.



Znakowanie zewnętrzne

TABLICA INFORMACYJNA, ZEWNĘTRZNA

Orientacja pozioma. Format tabliczki uzależniony jest od ilości zamieszczonych informacji. Tabliczka wykonana jest z blachy kwasoodpornej. Napisy i logo Aquanet wykonane z folii np. Oracal 49 (ultramaryna) i 53 (cyjanowy). Krój czcionki to Myriad Pro Bold Condensed. Wielkość czcionki uzależniona jest od ilości tekstu na tablicy. Używamy wyłącznie majuskuł.

Przedstawiona tablica jest tablicą przykładową.

ZARZĄD SPÓŁKI

PUNKT OBSŁUGI KLIENTA

LABORATORIUM BADAŃ WODY

BIURO ZARZĄDZANIA PROGRAMEM INWESTYCYJNYM

DZIAŁ MARKETINGU

AQUANET

Znakowanie zewnętrzne

TABLICA INWESTYCYJNA

Tablica inwestycyjna wykonana jest zgodnie z zaprezentowanym wzorem.

Tablice te służą informowaniu o toczącej się w danym miejscu inwestycji Aquanetu.

Wymiar tablicy: 200 x 150 cm.

The diagram shows a rectangular sign template with dimensions 200 cm by 150 cm. The top section is 130 cm wide and 10 cm high, containing the word 'INWESTOR:' in Myriad Pro Bold Condensed and the 'AQUANET' logo. The middle section is 130 cm wide and 12.5 cm high, containing the text 'Inwestycja: Lorem ipsum dolor sit amet, adipis consectetur adipis. Lorem ipsum dolor sit adipis.' in Myriad Pro Semibold Condensed. The bottom section is 130 cm wide and 12.5 cm high, containing the text 'Termin zakończenia prac: 12 XII 2012' and 'Koszt inwestycji: 100 000 000 €' in Myriad Pro Condensed. The bottom-most section is 130 cm wide and 12.5 cm high, containing the text 'PRZEPRASZAMY ZA UTRUDNIENIA' in Myriad Pro Black Condensed. A solid blue bar is at the very bottom.

130 cm 10 cm 12.5 cm 12.5 cm

Myriad Pro Bold Condensed **INWESTOR:** AQUANET

Myriad Pro Semibold Condensed **Inwestycja:** Lorem ipsum dolor sit amet, adipis consectetur adipis. Lorem ipsum dolor sit adipis.

Myriad Pro Condensed **Termin zakończenia prac: 12 XII 2012**
Koszt inwestycji: 100 000 000 €

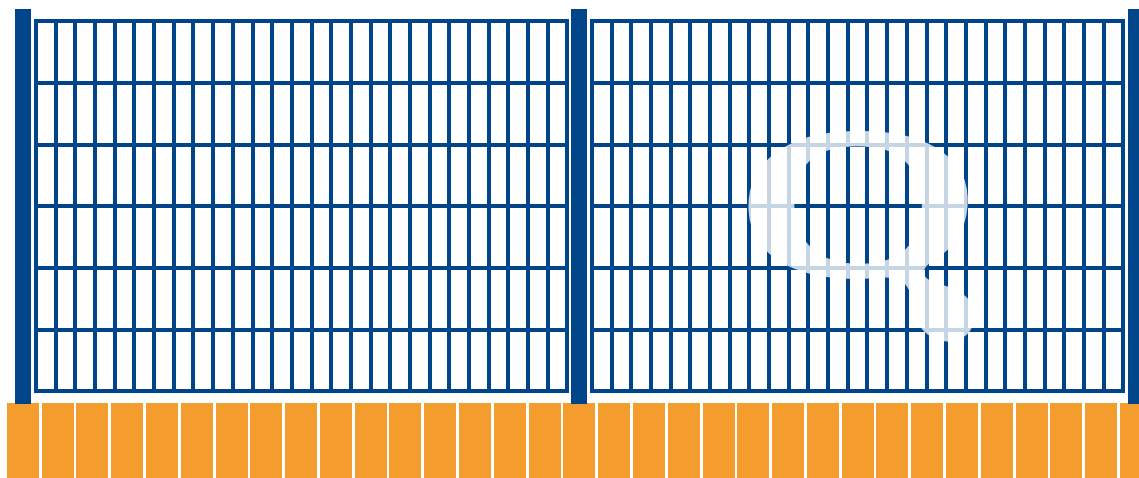
Myriad Pro Black Condensed **PRZEPRASZAMY ZA UTRUDNIENIA**

Znakowanie zewnętrzne OPŁOTOWANIE

Kolor opłotowania jest zgodny z Systemem Identyfikacji Wizualnej AQUANET SA - Pantone 280.

Na opłotowaniach obiektów, należących do Spółki dopuszcza się znakowanie przęsła literą Q w kolorze białym zarówno na wewnętrznej jak i zewnętrznej stronie płotu. Litera Q powinna być umieszczona na płocie z zachowaniem pola ochronnego będącego szerokością znaku „Q”.

Taki system oznakowania dotyczy opłotowań systemowych oraz opłotowań z siatki ogrodzeniowej.

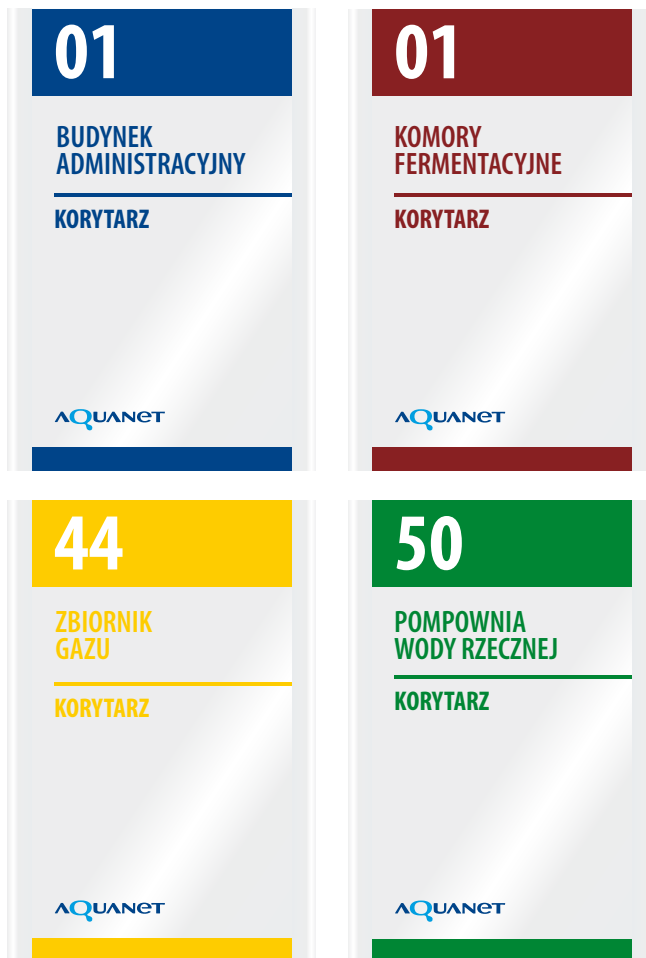


Znakowanie wewnętrzne

TABLICZKI PRZYDRZWIOWE, WEWNĘTRZNE

Format tabliczki: 20 x 30 cm. Orientacja pionowa. Barwa wyróżniająca daną tabliczkę musi być zgodna z systemem kolorystycznym zastosowanym na pylonach informacyjnych (karta „Znaczenie kolorów stosowanych na pylonach i tablicach”).


Przedstawione tabliczki są tabliczkami przykładowymi.



Znakowanie wewnętrzne

TABLICA INFORMACYJNA WEWNĘTRZNA

Format tablicy uzależniony jest od konwencji architektonicznej budynku oraz liczby wpisanych wierszy tekstu i dlatego nie zostaje jednoznacznie określony. Wskazane jest, aby zachować orientację poziomą i zbliżone proporcje. Krój czcionki to Myriad Pro Bold Condensed. Wielkość czcionki uzależniona jest od ilości tekstu na tablicy.

	
PIĘTRO 1	PIĘTRO 3
101 Dział Obsługi Klienta	301 Dział Obsługi Klienta
102 Dział Kadr	302 Dział Kadr
103 Dział Organizacji	303 Dział Rozwoju i Inwestycji
104 Dział Księgowości	304 Dział Marketingu
PIĘTRO 2	PIĘTRO 4
201 Kasa	401 Dział Księgowości
202 Dział Marketingu	402 Dział Rozwoju i Inwestycji
203 Dział Rozwoju i Inwestycji	403 Kasa

Znakowanie wewnętrzne

TABLICZKI PRZYDRZWIOWE, BIUROWE

Nazwę jednostki organizacyjnej piszemy dużymi literami.

Wysokość tablicy przydrzwiowej uzależniona jest od liczby nazwisk, nie zostaje zatem jednoznacznie określona. Szerokość wynosi 15 cm.

Czcionka wykorzystywana to Myriad Pro Bold Condensed.

Imię i nazwisko pracownika piszemy czcionką w rozmiarze 34 pkt. Nazwę stanowiska zapisujemy na tabliczce czcionką w rozmiarze 25 pkt.

156

**DZIAŁ
MARKETINGU**

**Imię Nazwisko
stanowisko**

**Imię Nazwisko
stanowisko**

**Imię Nazwisko
stanowisko**

**Imię Nazwisko
stanowisko**

**Imię Nazwisko
stanowisko**

AQUANET

22

**DZIAŁ
OBSŁUGI KLIENTA**

**Imię Nazwisko
stanowisko**

**Imię Nazwisko
stanowisko**

AQUANET

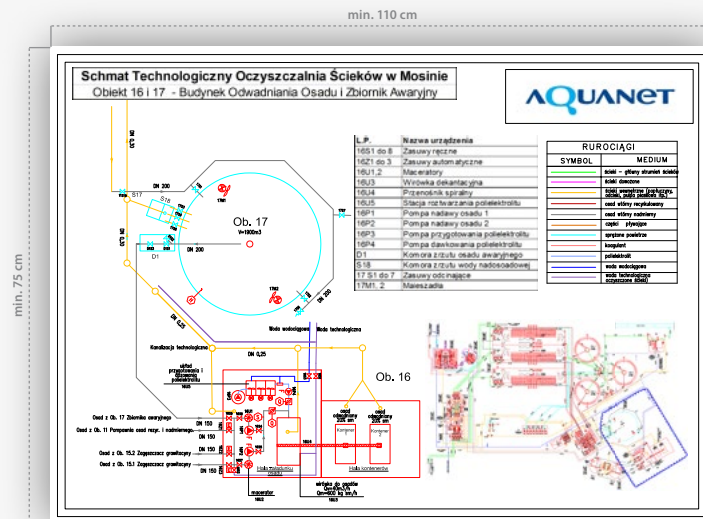
Schematy technologiczne

Schematy produkowane są z płyty piankowej typu Kapa lub FOAM X.

Schemat technologiczny powinien mieć wielkość co najmniej 110 x 75cm, natomiast ostateczna wielkość danego schematu jest uzależniona od możliwości ekspozycyjnych docelowej lokalizacji.

Wszystkie schematy, które są eksponowane w obiektach technologicznych Spółki powinny zawierać logotyp Aquanet.

Każdy schemat powinien zawierać nazwę, wraz z informacją, którego obiektu dotyczy.



09 • MATERIAŁY SPÓŁEK ZALEŻNYCH

Logo spółek zależnych (1/2)

Logo spółek zależnych powstaje po dodaniu do podstawowej wersji logo Aquanet dopisku zawierającego nazwę spółki zależnej. Zasadnicza część nazwy spółki zależnej (np. „Ostroróg” w nazwie „Aquanet Ostroróg”) piszemy majuskulami („OSTRORÓG Sp. z o.o.”).

W logotypach spółek zależnych zastosowano dwa różne układy znaku.

MODEL WZORCOWY LOGO 01

W przypadku spółek tj.: Aquanet Ostroróg oraz Aquanet Mieścisko zastosowano układ zaprezentowany na modelu wzorcowym 01. Nazwę spółki zależnej zapisujemy czcionką Myriad Pro Regular, w rozmiarze 19 pkt. (przy szerokości logo równej 145 mm). Nazwa spółki zależnej wyrównana jest w stosunku do dopisku Aquanet w następujący sposób: górna krawędź wersalików nazwy spółki zależnej oddalona jest o 6 mm od dolnej krawędzi granatowych liter głównej części logo, a lewa krawędź wiersza przesunięta jest o 2 mm w prawo od lewej krawędzi litery „U” w nazwie Aquanet. Zachowanie tego wyrównania jest konieczne w celu osiągnięcia wrażenia optycznej integralności dopisku z resztą znaku. Dla zachowania czytelności wielkość minimalna logo spółek zależnych wynosi 50 mm. Cała nazwa spółki zależnej ma kolor granatowy (c72m0y0k12).

01.



Logo spółek zależnych (1/2)

MODEL WZORCOWY LOGO 02

W przypadku spółki Aquanet Laboratorium stosuje się układ przedstawiony na modelu wzorcowym 02. Nazwę spółki zależnej zapisujemy czcionką Myriad Pro Regular, w rozmiarze 35 pkt. (przy szerokości logo równej 145 mm). Nazwa spółki zależnej wyrównana jest w stosunku do dopisku Aquanet w formie rozciągnięcia na całą długość napisu Aquanet. Nazwa spółki zależnej zapisywana jest w kolorze granatowym (c72m0y0k12). Umieszczenie napisu Laboratorium oraz napisu Aquanet względem siebie stanowią integralną część logo. Ich modyfikacja może następować wyłącznie w powiększeniu lub pomniejszeniu w odniesieniu do powyższych napisów.

Kolorystyka i kształt zasadniczej części logo (napisu „Aquanet” nad dopiskiem) są dokładnie określone na kartach rozdziału poświęconego logo Aquanet. Zasady stosowania logo spółek zależnych są tożsame z zasadami stosowania logo Aquanet.

02.



Materiały spółek zależnych (1/3)

Inne, przykładowe materiały spółek zależnych powstają przede wszystkim przez wymianę logo Aquanet na logo spółki zależnej.

Osobnym przypadkiem jest tu samochód, na którym zmieniono rozmieszczenie i wymiar logo oraz hasła firmowego. Niemniej, biorąc pod uwagę, że wizualizacje oklejenia pojazdów są z założenia wyłącznie przybliżeniem zagadnienia każdorazowo rozwiązywanego w praktyce - w odniesieniu do konkretnego modelu samochodu - można przyjąć, że wymiana logo na wersję z dopiskiem identyfikującym spółkę zależną jest jedyną obligatoryjną i wiążącą regułą.

Wszystkie pozostałe kwestie regulują wskazówki dotyczące materiałów Aquanet SA.

Uwaga! Szczegółowe dane teleadresowe, pojawiające się na materiałach takich jak listownik, muszą być dostosowane do informacji dotyczących danej spółki zależnej.



01. FLAGA FIRMOWA



02. WIZYTÓWKA



03. NAGŁÓWEK KOPERTY DL



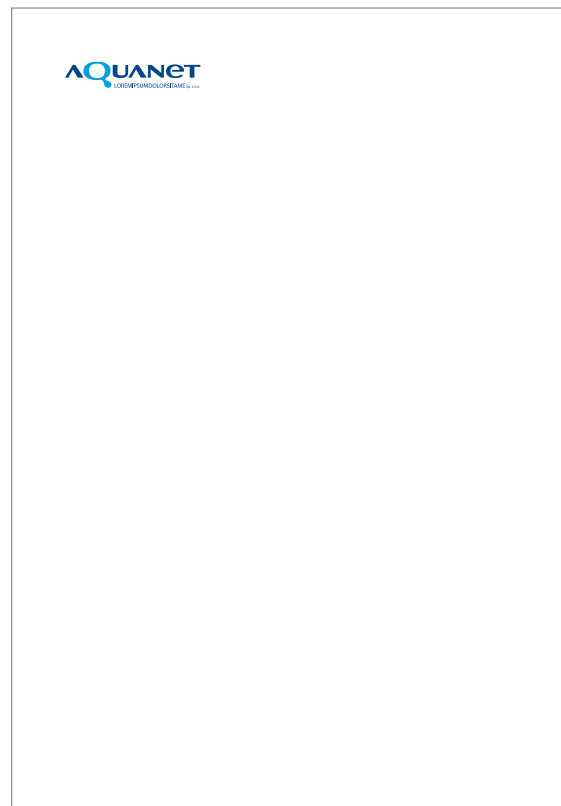
04. NAGŁÓWEK LISTOWNIKA

Materiały spółek zależnych (2/3)

Dopuszcza się nienanoszenie paska barwnego ze względów ekonomicznych lub np. kompozycyjnych (np. kolorowe tło) na drukowanych przez spółkę zależną materiałach firmowych.



05. OKŁADKA FOLDERU

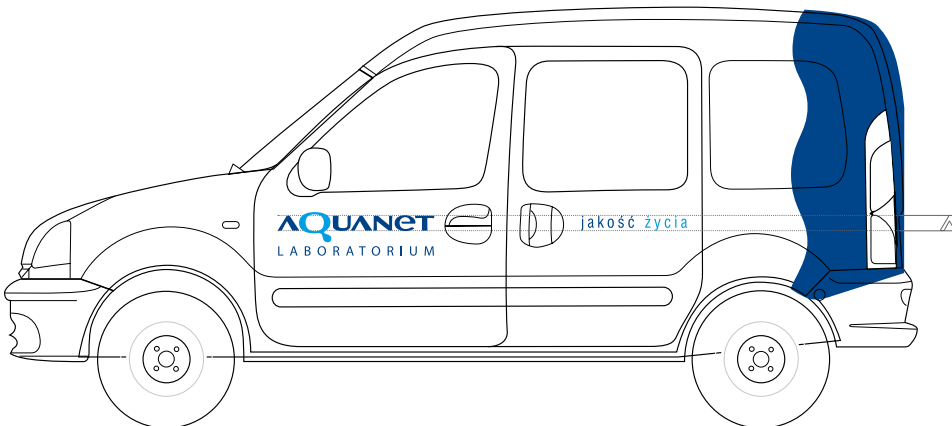
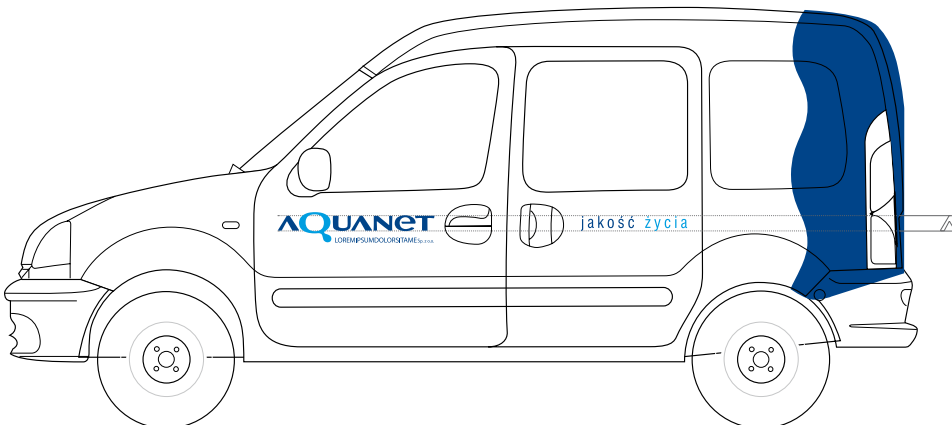


06. LISTOWNIK - WIDOK PEŁNY

Materiały spółek zależnych (3/3)



07. KOSZULKA - PRZYKŁAD UBRANIA FIRMOWEGO



08. SAMOCHÓD

Kontakt

W sprawie CI należy kontaktować się z Działem Marketingu Aquanet SA.

Dział Marketingu
ul. Dolna Wilda 126
61-492 Poznań

tel. 061 8359 351
tel. 061 8359 346

marketing@aquanet.pl

Więcej informacji o Aquanet na www.aquanet.pl